

UNIVERTÀ DELLA VALLE D'AOSTA

CORSO DI LAUREA
LINGUE E COMMUNICAZIONE PER L'IMPRESA E IL TURISMO

In che modo l'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello di turismo rigenerativo consente di rispondere alle nuove aspettative della clientela, contribuendo al tempo stesso allo sviluppo del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes?

AMÉLIE VITALE

ANNO ACCADEMICO 2025-2026

INDICE

INDICE 2

RINGRAZIAMENTI 5

INTRODUZIONE 6

PARTE I – Il Camping International du Sierroz, il suo ambiente e la mia esperienza professionale 8

1. Il Camping International du Sierroz 8

1.1. Storia e localizzazione del Camping International du Sierroz 8

1.2. Effettivi, organigramma e organizzazione interna 9

1.3. Principali indicatori di attività e risultati economici 10

1.4. Struttura giuridica 10

1.5. Attività, strategia e obiettivi 11

2. Il suo ambiente 11

2.1. I concorrenti 11

2.2. La clientela 12

2.3. I fornitori 13

2.4. I distributori e i partner 13

3. Il mercato dell'hôtellerie de plein air 14

3.1. Dimensione del mercato 14

3.2. Evoluzioni recenti del settore 14

3.3. Segmenti del mercato 15

3.4. Prospettive 15

4. La mia esperienza professionale 16

4.1. Presentazione del servizio, del posto e delle missioni svolte 16

4.2. Le difficoltà incontrate durante il tirocinio 17

4.3. Le competenze acquisite durante il tirocinio 18

4.4. I miei punti di forza e gli aspetti da migliorare 19

4.5. L'impatto del tirocinio sul mio progetto professionale 20

PARTE II - Il turismo rigenerativo come leva di sviluppo per il Camping International du Sierroz 22

INTRODUZIONE 22

1. Un'evoluzione del campeggio resa necessaria dalle nuove aspettative e dalle dinamiche territoriali 24

1.1. L’evoluzione delle aspettative della clientela turistica 24

1.2. L’emergere del turismo rigenerativo nel settore turistico 27

1.3. L’influenza del territorio sugli operatori turistici, in particolare attraverso gli orientamenti di Aix-les-Bains Riviera des Alpes e della Communauté d’Agglomération Grand Lac 29

2. L'attuazione di un modello rigenerativo all'interno del campeggio 33

2.1. Le iniziative sviluppate dal campeggio per favorire un turismo più responsabile 33

2.2. L’adattamento del campeggio alle nuove aspettative della clientela 35

2.3. L’integrazione del campeggio nella dinamica territoriale 38

3. Gli effetti e i limiti del modello rigenerativo 41

3.1. Gli impatti sull’esperienza del cliente 41

3.2. Le ricadute sul territorio 43

3.3. I limiti e le sfide del modello rigenerativo 45

4. Raccomandazioni e prospettive di sviluppo 48

4.1. Proposte di miglioramento della strategia rigenerativa 48

4.2.Prospettive di evoluzione a medio e lungo termine 50

CONCLUSIONE 53

BIBLIOGRAFIA 55

Allegato 1 : Organigramma funzionale dell’agenzia Aix-les-Bains Riviera des Alpes 57

Allegato 2 : Scheda delle responsabilità del Camping International du Sierroz 58

Allegato 3 : Scheda delle missioni del servizio di accoglienza 59

Allegato 4 : Scheda delle missioni del responsabile della comunicazione 60

Allegato 5 : Questionario di soddisfazione della clientela - Piazzole 61

Allegato 6 : Questionario di soddisfazione della clientela - Allogi locativi 64

RINGRAZIAMENTI

Desidero esprimere i miei più sinceri ringraziamenti a tutte le persone che hanno contribuito al buon svolgimento del mio tirocinio presso il Camping International du Sierroz.

Innanzitutto, desidero ringraziare Nathalie Perrin, la mia tutor aziendale, per la fiducia accordatami, la sua disponibilità e il tempo che mi ha dedicato durante tutta questa esperienza. Grazie ai suoi consigli, al suo sostegno e alla sua professionalità, ho potuto scoprire il funzionamento del settore dell'ospitalità all'aria aperta e sviluppare numerose competenze professionali e personali.

Desidero inoltre ringraziare tutto il team del Camping International du Sierroz per la calorosa accoglienza ricevuta fin dal primo giorno. La loro gentilezza, il loro buon umore, lo spirito di squadra e la disponibilità dimostrata mi hanno permesso di integrarmi rapidamente nell'azienda e di lavorare in un ambiente stimolante e piacevole. Ho apprezzato in modo particolare la fiducia che mi è stata accordata, così come i numerosi momenti di collaborazione e di scambio condivisi durante questi mesi.

Ringrazio anche il corpo docente dell'Università della Valle d'Aosta, in particolare, il mio tutor universitario Gianmario Raimondi, per il sostegno, i consigli e l'accompagnamento durante tutto il periodo di tirocinio e nella realizzazione di questa relazione.

Infine, desidero ringraziare tutte le persone che, direttamente o indirettamente, hanno contribuito alla riuscita di questa esperienza. Questo tirocinio ha rappresentato una tappa fondamentale del mio percorso universitario, permettendomi di mettere in pratica le conoscenze acquisite, sviluppare nuove competenze e confermare il mio interesse per il settore del turismo.

Conserverò un ricordo molto positivo di questa esperienza e sono sinceramente grata di aver avuto l'opportunità di entrare a far parte del team del Camping International du Sierroz.

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni il settore turistico ha conosciuto profonde trasformazioni. L'evoluzione delle aspettative dei viaggiatori, la crescente sensibilità verso le problematiche ambientali e la ricerca di esperienze sempre più autentiche hanno progressivamente modificato il modo di concepire il turismo. Oggi i visitatori non cercano più soltanto una struttura ricettiva o una destinazione, ma desiderano vivere un'esperienza completa, capace di creare un legame con il territorio, con il patrimonio locale e con la comunità ospitante. In questo contesto, il concetto di turismo rigenerativo si afferma come una delle principali evoluzioni del turismo contemporaneo, proponendo un modello che non si limita a ridurre gli impatti negativi dell'attività turistica, ma mira a generare benefici duraturi per l'ambiente, l'economia locale e la società.

Queste trasformazioni rappresentano una sfida importante per gli operatori turistici, chiamati ad adattare la propria offerta conciliando qualità dell'accoglienza, competitività economica e valorizzazione del territorio. Il settore dell'hôtellerie de plein air occupa una posizione particolarmente interessante in questo scenario, grazie al suo stretto legame con la natura, con le attività outdoor e con le destinazioni locali.

È in questo contesto che ho svolto il mio tirocinio presso il Camping International du Sierroz, struttura gestita dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes e situata ad Aix-les-Bains, sulle rive del lago del Bourget. Durante quattro mesi di stage ho ricoperto il ruolo di agente di accoglienza e comunicazione turistica, partecipando alle attività quotidiane della reception. Le mie missioni comprendevano l'accoglienza dei clienti, la gestione delle prenotazioni e dei check-in/check-out, l'utilizzo del software eSeason, la preparazione dei dossier di soggiorno, l'assistenza ai visitatori durante la permanenza, la promozione delle attività del territorio e il supporto ad alcune azioni di comunicazione e di organizzazione di eventi.

Questa esperienza mi ha permesso di osservare concretamente il funzionamento di una struttura ricettiva e di comprendere il ruolo fondamentale che essa svolge all'interno della destinazione turistica. Il contatto quotidiano con una clientela internazionale mi ha inoltre consentito di individuare l'evoluzione delle aspettative dei visitatori, sempre più orientati verso la ricerca di esperienze autentiche, attività locali e forme di turismo più rispettose dell'ambiente.

Queste osservazioni hanno portato alla seguente problematica:

In che modo l'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello di turismo rigenerativo consente di rispondere alle nuove aspettative della clientela, contribuendo al tempo stesso allo sviluppo del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes?

Per rispondere a questa domanda, il presente rapporto si basa su una metodologia che combina diverse fonti di informazione. L'analisi prende innanzitutto origine dalle osservazioni effettuate durante il tirocinio e dalle missioni svolte quotidianamente presso la reception. Essa si fonda inoltre sugli scambi con i professionisti della struttura, sull'analisi di documenti interni messi a disposizione dall'azienda e sulla consultazione di fonti bibliografiche e istituzionali relative al turismo, all'hôtellerie de plein air e al turismo rigenerativo. Questo approccio ha permesso di confrontare gli elementi teorici con la realtà osservata sul campo e di sviluppare un'analisi fondata sia sull'esperienza pratica sia sui contributi della letteratura scientifica.

L'analisi evidenzia come il Camping International du Sierroz presenti già numerosi elementi compatibili con i principi del turismo rigenerativo. La valorizzazione del territorio, la collaborazione con gli operatori locali, la qualità dell'accoglienza, la promozione della mobilità dolce e l'attenzione riservata all'esperienza del cliente contribuiscono infatti a creare un modello di sviluppo che va oltre la semplice funzione ricettiva. Tuttavia, emergono anche alcuni limiti e margini di miglioramento, che dimostrano come la piena attuazione di un modello rigenerativo richieda una strategia condivisa, un coinvolgimento costante degli attori territoriali e un impegno continuo nel tempo.

Il presente rapporto si articola in due parti principali. La prima parte presenta il Camping International du Sierroz, il suo ambiente economico e organizzativo, nonché le missioni svolte durante il tirocinio e le competenze sviluppate. La seconda parte propone un'analisi della problematica, esaminando l'evoluzione delle aspettative della clientela, l'emergere del turismo rigenerativo, le iniziative sviluppate dal campeggio, i loro effetti sul territorio e sull'esperienza del cliente, i limiti del modello e le prospettive di sviluppo future.

PARTE I – Il Camping International du Sierroz, il suo ambiente e la mia esperienza professionale

1. Il Camping International du Sierroz

1.1. Storia e localizzazione del Camping International du Sierroz

Il Camping International du Sierroz è una struttura di hôtellerie de plein air situata ad Aix-les-Bains, nel dipartimento della Savoia, nella regione Auvergne-Rhône-Alpes. Situato nel quartiere del Grand Port, a circa 150 metri dal lago del Bourget, il più grande lago naturale di origine glaciale della Francia, il campeggio beneficia di una posizione privilegiata tra lago e montagne e rappresenta uno dei principali punti di accesso turistici della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.



Vista generale del Camping International du Sierroz ad Aix-les-Bains nel 1954

La struttura è stata creata nel 1954, in un periodo caratterizzato dal forte sviluppo del turismo termale e del turismo di soggiorno ad Aix-les-Bains. Nel corso degli anni, il campeggio ha saputo adattarsi all'evoluzione del settore turistico e alle nuove esigenze della clientela, diventando oggi una componente importante dell'offerta turistica del territorio.

Il sito si estende su circa tre ettari e dispone di 149 emplacements, con una capacità di accoglienza di quasi seicento persone. Oltre alle piazzole tradizionali per tende, roulotte e camper, il campeggio propone diverse tipologie di alloggio, tra cui mobil-home, Coco Sweet e tende bivacco, che permettono di rispondere alle esigenze di una clientela diversificata.

La struttura è generalmente aperta dalla fine di marzo all'inizio di novembre. Nel 2024, il campeggio ha registrato 5.914 soggiorni e 54.734 pernottamenti, confermando la sua attrattività all'interno della destinazione. La vicinanza del centro di Aix-les-Bains, delle spiagge del lago del Bourget e dei principali siti naturali e culturali costituisce uno dei principali punti di forza della struttura. Inoltre, la presenza della ViaRhôna favorisce lo sviluppo del cicloturismo e contribuisce a rafforzare l'attrattività della struttura presso una clientela sempre più sensibile alle attività outdoor.

1.2. Effettivi, organigramma e organizzazione interna

Il Camping International du Sierroz è gestito dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, un Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC) incaricato della promozione e dello sviluppo turistico della destinazione. Questa gestione permette al campeggio di essere pienamente integrato nella strategia turistica del territorio e di beneficiare di una stretta collaborazione con gli altri servizi dell'Agence.

L'attività della struttura è caratterizzata da una forte stagionalità. Durante il periodo estivo, l'aumento dell'affluenza richiede un'organizzazione flessibile e una stretta cooperazione tra i diversi servizi. L'organizzazione interna si basa principalmente sulla reception, sui servizi tecnici e sul personale addetto alla manutenzione e alla pulizia delle infrastrutture.

La gestione del campeggio è strutturata attorno a un « cercle Camping », che riunisce il responsabile dell'esercizio, il responsabile tecnico, la segreteria e diversi servizi trasversali, permettendo di assicurare il corretto funzionamento della struttura durante tutta la stagione.

La reception occupa una posizione centrale all'interno dell'organizzazione, poiché rappresenta il principale punto di contatto con la clientela. Il coordinamento tra i diversi servizi garantisce la qualità dell'accoglienza e permette di rispondere efficacemente alle esigenze dei clienti.

La collaborazione tra reception, servizi tecnici e personale di manutenzione contribuisce inoltre al buon funzionamento quotidiano della struttura e alla qualità dei servizi offerti ai visitatori.

Communauté d'Agglomération Grand Lac	➜	**Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes**	➜	**Camping International du Sierroz**
• Comunità d'agglomerazione composta da 28 comuni • Definisce la strategia di sviluppo del territorio • Esercita la competenza in materia di turismo	➜	• Ente Pubblico Industriale e Commerciale (EPIC) • Promuove e sviluppa la destinazione turistica • Gestisce numerose strutture turistiche del territorio	➜	• Struttura ricettiva gestita dall'Agence • Attua concretamente la strategia turistica sul territorio • Accoglie, informa e orienta i visitatori

Organizzazione semplificata della governance del Camping International du Sierroz.

1.3. Principali indicatori di attività e risultati economici

Come la maggior parte delle strutture di hôtellerie de plein air, il Camping International du Sierroz è caratterizzato da una forte stagionalità. L'attività si concentra principalmente tra la primavera e la fine dell'estate, periodo durante il quale la domanda raggiunge il livello più elevato.

Nel corso della stagione 2024, il campeggio ha registrato 5.914 soggiorni e 54.734 pernottamenti. Il fatturato complessivo ha raggiunto 1.175.398 euro, confermando il ruolo economico della struttura all'interno della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Il tasso medio di occupazione annuale è stato del 70,72 %, mentre durante il periodo compreso tra giugno e settembre ha raggiunto il 93,21 %. Questi dati evidenziano una forte concentrazione dell'attività durante la stagione estiva e dimostrano l'attrattività della struttura.

La diversificazione degli alloggi proposti e la posizione geografica favorevole contribuiscono a mantenere un buon livello di frequentazione e a garantire la stabilità dell'attività.

1.4. Struttura giuridica

Il Camping International du Sierroz è una struttura pubblica gestita dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, un Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC). Questo organismo ha il compito di promuovere e sviluppare l'attività turistica del territorio e opera a beneficio dei ventotto comuni appartenenti alla Communauté d'Agglomération Grand Lac.

Lo statuto di EPIC permette di conciliare una missione di servizio pubblico con una gestione adattata alle esigenze del settore turistico. Oltre alla promozione della destinazione, l'Agence gestisce diverse infrastrutture turistiche, tra cui il Camping International du Sierroz, favorendo così una strategia comune e una stretta collaborazione tra i diversi attori del territorio.

Questa organizzazione rappresenta una particolarità rispetto a molte strutture di hôtellerie de plein air gestite da operatori privati. Grazie al suo legame diretto con l'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, il campeggio beneficia di una forte integrazione nella politica turistica locale e contribuisce alla valorizzazione della destinazione.

1.5. Attività, strategia e obiettivi

Il Camping International du Sierroz opera nel settore dell'hôtellerie de plein air e propone un'offerta destinata a una clientela diversificata. Oltre alle piazzole tradizionali per tende, roulotte e camper, la struttura dispone di mobil-home, Coco Sweet e tende bivacco e offre diversi servizi destinati a migliorare il comfort dei clienti.

La strategia del campeggio si inserisce pienamente negli orientamenti sviluppati dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. L'obiettivo non consiste soltanto nell'offrire un servizio di alloggio, ma anche nel contribuire alla valorizzazione del territorio e alla promozione delle risorse naturali, culturali e sportive della destinazione.

La struttura si rivolge a differenti segmenti di clientela, tra cui famiglie, campeggiatori tradizionali, curisti, sportivi e cicloturisti. La presenza di una clientela internazionale richiede inoltre una particolare attenzione alla qualità dell'accoglienza e all'adattamento dei servizi alle esigenze dei visitatori.

Più in generale, il Camping International du Sierroz si inserisce in una dinamica di sviluppo turistico orientata alla qualità del servizio, alla collaborazione con gli attori locali e alla valorizzazione delle risorse del territorio. Questa strategia contribuisce a rafforzare l'attrattività di Aix-les-Bains Riviera des Alpes e ad accompagnare l'evoluzione delle nuove forme di turismo.

2. Il suo ambiente

2.1. I concorrenti

Il Camping International du Sierroz opera in un ambiente competitivo caratterizzato dalla presenza di numerose strutture ricettive. La concorrenza non riguarda soltanto gli altri campeggi della regione, ma comprende anche hotel, residence turistici e piattaforme di affitto tra privati come Airbnb.

Tra i principali concorrenti diretti figurano diversi campeggi situati in Savoia e nelle vicinanze di Aix-les-Bains. Essi si rivolgono a una clientela simile, composta principalmente da famiglie, coppie e turisti interessati alle attività outdoor. Tuttavia, il Camping International du Sierroz beneficia di

alcuni vantaggi competitivi, tra cui la vicinanza al lago del Bourget, la posizione strategica rispetto al centro di Aix-les-Bains e l'integrazione nella destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

La concorrenza indiretta è rappresentata principalmente dagli hotel, dai residence e dagli alloggi disponibili sulle piattaforme digitali. Nonostante ciò, il campeggio conserva alcuni punti di forza, come il contatto con la natura, la diversificazione degli alloggi e l'atmosfera conviviale.

I risultati dei questionari di soddisfazione evidenziano inoltre che la qualità dell'accoglienza e del processo di prenotazione rappresentano elementi particolarmente apprezzati dalla clientela, contribuendo all'attrattività della struttura.

Campeggio	Categoria	Localizzazione	Principale vantaggio competitivo
Camping International du Sierroz	★★★	Aix-les-Bains	Vicinanza al lago del Bourget, marchio Accueil Vélo, integrazione con l'Agence Riviera des Alpes
Camping Le Pêcheur	★★★	Aix-les-Bains	Ambiente tranquillo e prossimità del lago
Camping International de l'Île aux Cygnes	★★★★	Le Bourget-du-Lac	Accesso diretto al lago e ampia capacità ricettiva
Camping Le Colombier	★★★★	Culoz	Panorama naturale e attività outdoor
Camping de Saumont	★★★	Ruffieux	Ambiente familiare e natura

Principali concorrenti del Camping International du Sierroz nella zona del lago del Bourget.

2.2. La clientela

La clientela del Camping International du Sierroz è particolarmente diversificata. Grazie alla posizione geografica e alla varietà delle sistemazioni proposte, il campeggio accoglie famiglie, coppie, curisti, sportivi, cicloturisti e turisti provenienti da diversi paesi europei.

Le famiglie rappresentano una parte importante della clientela durante il periodo estivo, mentre i curisti soggiornano generalmente per periodi più lunghi grazie alla presenza delle Thermes Chevalley. Il campeggio accoglie inoltre numerosi cicloturisti e una clientela internazionale proveniente principalmente da Svizzera, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi e Italia.

I questionari di soddisfazione mostrano tuttavia che la clientela francese rimane predominante, rappresentando l'86,2 % dei clienti degli emplacements e il 96,6 % dei clienti degli alloggi locativi. Essi evidenziano inoltre l'importanza della fidelizzazione della clientela e il ruolo crescente di Internet nella scelta della struttura.

La diversità della clientela rappresenta una ricchezza per il campeggio e richiede una particolare attenzione alla qualità dell'accoglienza e all'adattamento dei servizi alle differenti esigenze dei visitatori.

2.3. I fornitori

Per garantire il corretto funzionamento delle proprie attività, il Camping International du Sierroz collabora con numerosi fornitori e prestatori di servizi. Essi intervengono in diversi ambiti, tra cui la manutenzione delle infrastrutture, la pulizia, i servizi informatici, le telecomunicazioni e la fornitura delle attrezzature necessarie al funzionamento quotidiano della struttura.

La qualità delle relazioni con questi partner è particolarmente importante durante la stagione estiva, periodo nel quale l'attività raggiunge il livello più elevato. Grazie alla gestione affidata all'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, il campeggio beneficia di una rete di collaborazioni che garantisce la continuità dei servizi e contribuisce al mantenimento della qualità delle prestazioni offerte ai clienti.

Sebbene il loro ruolo sia poco visibile, i fornitori rappresentano un elemento indispensabile per il buon funzionamento della struttura.

2.4. I distributori e i partner

Per commercializzare la propria offerta, il Camping International du Sierroz utilizza diversi canali di distribuzione. Oltre alle prenotazioni effettuate direttamente tramite la reception e il sito internet ufficiale, la struttura è presente su diverse piattaforme di prenotazione online, che contribuiscono ad aumentare la sua visibilità a livello nazionale e internazionale.

Accanto a questi canali, il campeggio beneficia di una rete di partner che svolge un ruolo importante nello sviluppo dell'attività. Il principale partner è l'Agence Aix-les-Bains Riviera des

Alpes, che garantisce la promozione della destinazione e coordina numerose iniziative turistiche. La struttura collabora inoltre con operatori locali specializzati in attività sportive, nautiche, culturali e di benessere.

Questa rete di collaborazioni permette di arricchire l'offerta turistica del campeggio e contribuisce all'attrattività della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

3. Il mercato dell'hôtellerie de plein air

3.1. Dimensione del mercato

Il Camping International du Sierroz opera nel settore dell'hôtellerie de plein air, un mercato particolarmente sviluppato in Francia. Con oltre 7.400 campeggi, la Francia rappresenta la prima destinazione europea per il turismo di plein air.

Grazie alla sua posizione geografica e alla notorietà della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes, il campeggio si inserisce in un mercato che si estende a livello regionale, nazionale e internazionale. La struttura beneficia dell'attrattività della Savoia e della regione Auvergne-Rhône-Alpes, conosciute per il loro patrimonio naturale e per le numerose attività outdoor.

Come l'intero settore, l'attività del campeggio è caratterizzata da una forte stagionalità. Nel 2024 la struttura ha registrato 5.914 soggiorni e 54.734 pernottamenti, con un tasso medio di occupazione annuale del 70,72 %, che ha raggiunto il 93,21 % durante il periodo estivo.

Negli ultimi anni, il settore dell'hôtellerie de plein air ha conosciuto una forte evoluzione, caratterizzata dalla ricerca di un maggiore comfort e dalla diversificazione delle strutture e dei servizi proposti.

3.2. Evoluzioni recenti del settore

Negli ultimi anni il settore turistico ha conosciuto importanti trasformazioni. Dopo la crisi sanitaria del Covid-19, la domanda di vacanze all'aria aperta e di esperienze a contatto con la natura si è rafforzata, contribuendo allo sviluppo del turismo di plein air.

Parallelamente, le aspettative della clientela sono cambiate. I turisti ricercano sempre più esperienze autentiche, servizi personalizzati e strutture impegnate nella valorizzazione del territorio e nello sviluppo sostenibile.

Anche il cicloturismo, le attività outdoor e la mobilità dolce hanno conosciuto una crescita significativa. La digitalizzazione delle prenotazioni e l'importanza crescente di Internet nella preparazione delle vacanze rappresentano inoltre una delle principali evoluzioni del settore.

Nel complesso, queste trasformazioni mostrano una progressiva evoluzione del turismo verso un modello maggiormente orientato all'esperienza, alla sostenibilità e alla qualità dell'accoglienza.

3.3. Segmenti del mercato

Il mercato dell'hôtellerie de plein air si caratterizza per una clientela diversificata. Grazie alla varietà della propria offerta e alla posizione privilegiata sulle rive del lago del Bourget, il Camping International du Sierroz si rivolge a differenti segmenti di mercato.

Le famiglie rappresentano una parte importante della clientela durante la stagione estiva. La struttura accoglie inoltre coppie, curisti, sportivi e appassionati di attività outdoor. La presenza della ViaRhôna e del marchio « Accueil Vélo » favorisce anche l'arrivo di numerosi cicloturisti.

La clientela è composta principalmente da visitatori francesi, ma il campeggio accoglie regolarmente turisti provenienti da diversi paesi europei, tra cui Svizzera, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi e Italia.

Questa diversificazione permette alla struttura di adattarsi alle differenti esigenze della clientela e contribuisce alla stabilità dell'attività.

3.4. Prospettive

Il settore dell'hôtellerie de plein air continua ad evolversi per rispondere ai cambiamenti delle aspettative della clientela e alle nuove sfide economiche e ambientali.

La posizione privilegiata del Camping International du Sierroz, la sua integrazione nella destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes e la collaborazione con numerosi partner locali

rappresentano importanti punti di forza per il futuro. Lo sviluppo del cicloturismo, della mobilità dolce e del turismo di natura costituisce inoltre una prospettiva favorevole per la struttura.

Parallelamente, il cambiamento climatico e le problematiche ambientali rappresentano sfide importanti per l'intero settore, che dovrà continuare ad adattarsi alle nuove esigenze dei visitatori.

Infine, la digitalizzazione e la personalizzazione dei servizi continueranno a influenzare l'evoluzione delle strutture ricettive. Grazie alla qualità dell'accoglienza e al forte legame con il territorio, il Camping International du Sierroz dispone di numerosi elementi favorevoli per consolidare il proprio ruolo all'interno della destinazione.

4. La mia esperienza professionale

4.1. Presentazione del servizio, del posto e delle missioni svolte



Aggiornamento del pannello informativo all'ingresso del Camping International du Sierroz durante il periodo di tirocinio.

Il mio tirocinio si è svolto presso il Camping International du Sierroz, struttura gestita dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Durante questo periodo ho lavorato principalmente presso la reception, che rappresenta il principale punto di contatto tra la struttura e la clientela. Ho inoltre avuto l'opportunità di collaborare occasionalmente con il servizio comunicazione, partecipando ad alcune attività legate agli eventi e alla promozione del campeggio. Il team della reception era composto da una responsabile, due collaboratrici stagionali e da me in qualità di stagista. La mia tutrice era la direttrice del campeggio, che mi ha accompagnata durante tutto il tirocinio e mi ha permesso di comprendere meglio il funzionamento generale della struttura. Al termine del periodo di stage, avrei inoltre continuato a lavorare presso il campeggio come collaboratrice stagionale.

Fin dai primi giorni ho avuto la possibilità di acquisire una certa autonomia. Mi occupavo delle operazioni di check-in e check-out, dell'accoglienza dei clienti con o senza prenotazione, della gestione delle telefonate e delle e-mail, delle prenotazioni e degli incassi. Ho inoltre imparato ad utilizzare il software eSeason, indispensabile per la gestione delle attività quotidiane.

Tra le mie missioni figuravano anche la preparazione dei dossier di arrivo, l'assistenza ai clienti durante il soggiorno e la fornitura di consigli turistici personalizzati. La presenza di una clientela

internazionale mi ha permesso di utilizzare regolarmente il francese, l'inglese e l'italiano, che si è rivelato particolarmente utile con i clienti italiani.

Ho inoltre partecipato a diverse attività amministrative e organizzative, ai pot d'accueil e alle riunioni dell'équipe. Grazie alla collaborazione con il servizio comunicazione, ho contribuito alla realizzazione di supporti di comunicazione, all'aggiornamento dei pannelli informativi e all'organizzazione del mercato dei produttori locali.

Questa varietà di missioni mi ha permesso di scoprire differenti aspetti del settore turistico e di sviluppare progressivamente maggiore autonomia, capacità di adattamento e fiducia nelle mie capacità.

4.2. Le difficoltà incontrate durante il tirocinio

Essendo la mia prima vera esperienza professionale, l'inizio del tirocinio è stato accompagnato da una certa apprensione e dalla paura di commettere errori. Dovevo infatti assimilare rapidamente numerose informazioni e adattarmi al ritmo di lavoro della reception.

Una delle principali difficoltà riguardava la gestione simultanea delle diverse richieste. Durante i periodi di maggiore affluenza era necessario rispondere contemporaneamente ai clienti presenti, alle telefonate e alle e-mail, mantenendo sempre calma e concentrazione.

Anche la gestione dei clienti insoddisfatti ha rappresentato una sfida. All'inizio temevo di non essere in grado di trovare una soluzione adeguata, ma con il tempo ho imparato che è importante ascoltare le esigenze dei clienti senza dimenticare le regole e il funzionamento della struttura.

La dimensione internazionale della clientela mi ha inoltre posto di fronte a situazioni in cui era necessario trovare modi alternativi di comunicazione con persone che non parlavano né francese, né inglese, né italiano. Queste esperienze mi hanno insegnato l'importanza della pazienza e della capacità di adattamento.

Infine, la difficoltà più importante riguardava probabilmente me stessa. Essendo una persona piuttosto timida e poco sicura delle proprie capacità, avevo costantemente paura di sbagliare. Con il passare delle settimane, grazie al sostegno dell'équipe e all'esperienza acquisita, sono diventata progressivamente più autonoma e più sicura nelle relazioni con la clientela.

Nel complesso, le difficoltà incontrate durante il tirocinio hanno rappresentato soprattutto delle opportunità di apprendimento e mi hanno permesso di sviluppare una maggiore fiducia in me stessa.

4.3. Le competenze acquisite durante il tirocinio

L'esperienza svolta presso il Camping International du Sierroz mi ha permesso di sviluppare numerose competenze tecniche, relazionali e personali. Grazie alla varietà delle missioni affidatemi e al contatto quotidiano con la clientela, ho potuto acquisire una visione più concreta del settore turistico e comprendere meglio le esigenze legate ai mestieri dell'accoglienza.

Le competenze tecniche

Dal punto di vista tecnico, ho imparato ad utilizzare il software eSeason, indispensabile per la gestione delle prenotazioni, dei check-in e dei check-out, degli incassi e delle attività amministrative quotidiane. Progressivamente sono diventata sempre più autonoma nello svolgimento delle operazioni della reception.

Ho inoltre sviluppato una migliore capacità di organizzazione del lavoro. Durante una stessa giornata era spesso necessario gestire contemporaneamente clienti presenti alla reception, telefonate, e-mail e richieste amministrative. Questa esperienza mi ha insegnato a stabilire delle priorità e a lavorare in modo più efficace.

Grazie alla collaborazione con il servizio comunicazione, ho anche consolidato alcune competenze nell'utilizzo di strumenti come Canva, partecipando alla realizzazione di documenti, affiches e supporti destinati agli eventi organizzati dal campeggio.

Le competenze relazionali

Uno degli aspetti più importanti del tirocinio riguarda le competenze relazionali sviluppate nel contatto quotidiano con la clientela. Ho imparato ad ascoltare le persone, comprendere le loro esigenze e adattare la comunicazione in funzione delle aspettative di ciascun cliente.

Il contatto con i curisti mi ha particolarmente colpita. Poiché soggiornavano per diverse settimane, si instaurava spesso una relazione più personale. Questa esperienza mi ha fatto comprendere quanto l'ascolto, la disponibilità e la gentilezza rappresentino elementi essenziali nei mestieri dell'accoglienza.

Ho inoltre imparato l'importanza del lavoro di squadra. La collaborazione con i colleghi della reception e con gli altri servizi del campeggio mi ha permesso di comprendere quanto la comunicazione interna e l'aiuto reciproco siano fondamentali per garantire il buon funzionamento della struttura.

Le competenze linguistiche

La presenza di una clientela internazionale mi ha dato l'opportunità di utilizzare quotidianamente diverse lingue straniere. L'inglese è diventato progressivamente più spontaneo e naturale, soprattutto durante le conversazioni con i clienti stranieri.

La conoscenza dell'italiano si è rivelata un vero valore aggiunto. Molti clienti italiani apprezzavano la possibilità di comunicare nella propria lingua e si sentivano più rassicurati e compresi. Questa esperienza mi ha permesso di prendere maggiore fiducia nelle mie competenze linguistiche e di rendermi conto dell'importanza delle lingue straniere nel settore turistico.

Le competenze personali

Oltre alle competenze professionali, questo tirocinio mi ha permesso di crescere anche dal punto di vista personale. Prima di iniziare questa esperienza ero una persona piuttosto timida e molto preoccupata di commettere errori.

Con il passare delle settimane ho acquisito maggiore autonomia e sicurezza. Ho imparato a gestire meglio lo stress, ad affrontare situazioni impreviste e a prendere iniziative quando necessario.

Nel complesso, considero che i progressi realizzati in termini di fiducia in me stessa, capacità di adattamento e gestione delle relazioni umane rappresentino uno degli aspetti più preziosi di questa esperienza.

4.4. I miei punti di forza e gli aspetti da migliorare

Questo tirocinio mi ha permesso di conoscere meglio me stessa e di identificare alcuni punti di forza, ma anche alcuni aspetti sui quali desidero continuare a migliorare.

Tra i miei principali punti di forza considero innanzitutto la pazienza e la capacità di ascolto. Il contatto quotidiano con una clientela molto diversa mi ha insegnato l'importanza di adattarsi alle esigenze di ogni persona e di mantenere sempre un atteggiamento disponibile e rispettoso.

Un altro punto di forza riguarda la mia capacità di adattamento. Ogni giornata presentava situazioni differenti e richiedeva una certa flessibilità. Ho imparato a gestire diverse attività contemporaneamente e ad integrarmi rapidamente all'interno dell'équipe.

Le lingue straniere rappresentano inoltre uno dei miei principali punti di forza. La possibilità di utilizzare il francese, l'inglese e l'italiano mi ha permesso di mettere concretamente in pratica le competenze sviluppate durante il mio percorso universitario.

Anche la mia volontà di imparare e il senso dell'organizzazione hanno rappresentato elementi importanti durante tutto il tirocinio. Ho sempre cercato di svolgere le mie missioni con serietà e di migliorarmi costantemente.

Tra gli aspetti sui quali desidero continuare a lavorare, vi è soprattutto la gestione delle situazioni conflittuali e dei clienti insoddisfatti. Sebbene abbia acquisito maggiore sicurezza rispetto ai primi giorni, sono consapevole che l'esperienza professionale mi permetterà di sviluppare ulteriormente questa capacità.

Nel complesso, considero questo percorso come una continua occasione di crescita e di apprendimento.

4.5. L'impatto del tirocinio sul mio progetto professionale

Prima di iniziare questo tirocinio, ero interessata al settore del turismo e delle relazioni internazionali, ma il mio progetto professionale non era ancora chiaramente definito. Desideravo soprattutto acquisire una prima esperienza concreta per comprendere meglio quali fossero gli ambiti più vicini alle mie aspirazioni.

Nel corso di questi mesi ho scoperto un ambiente di lavoro dinamico e molto diversificato. Attraverso le missioni svolte alla reception e le attività legate alla comunicazione e agli eventi, ho compreso che il settore turistico richiede non soltanto competenze tecniche, ma anche una grande capacità di adattamento, organizzazione e collaborazione.

Ho inoltre avuto la fortuna di lavorare con un'équipe disponibile e attenta, che mi ha permesso di acquisire progressivamente maggiore autonomia e sicurezza. Questa esperienza mi ha fatto comprendere quanto l'ambiente di lavoro e le relazioni umane siano importanti per il benessere professionale.

Prima del tirocinio non immaginavo tutto il lavoro necessario per garantire il buon funzionamento di una struttura turistica. Ho preso coscienza delle esigenze legate alla stagionalità e della necessità di lavorare durante i periodi in cui gli altri sono in vacanza, elementi che considero oggi con maggiore consapevolezza.

Dal punto di vista personale, questa esperienza mi ha permesso di acquisire una maggiore fiducia in me stessa e di sentirmi più a mio agio nelle relazioni con i clienti e con i colleghi.

Il tirocinio ha inoltre rafforzato il mio interesse per il settore del turismo e dell'event management. Ho particolarmente apprezzato la dimensione umana del lavoro, la varietà delle missioni e il contatto con persone provenienti da paesi diversi.

Attualmente il mio obiettivo è terminare il mio percorso universitario e continuare ad acquisire esperienza professionale prima di intraprendere un master. Desidero infatti prendermi il tempo necessario per definire con maggiore chiarezza il mio progetto futuro e orientarmi verso un settore che corrisponda realmente alle mie aspirazioni.

Nel complesso, considero questo tirocinio una tappa particolarmente importante del mio percorso personale e professionale. Più che fornirmi una risposta definitiva sul mio futuro, mi ha permesso di conoscermi meglio, di acquisire maggiore fiducia nelle mie capacità e di comprendere l'importanza di scegliere un percorso professionale in accordo con i miei interessi e i miei valori.

PARTE II - Il turismo rigenerativo come leva di sviluppo per il Camping International du Sierroz

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni il settore turistico ha conosciuto profonde trasformazioni. Le aspettative dei viaggiatori si sono evolute e la semplice ricerca di un alloggio o di una destinazione non rappresenta più l'unico criterio di scelta. Sempre più turisti desiderano vivere esperienze autentiche, entrare in contatto con il territorio e adottare modalità di viaggio più rispettose dell'ambiente e delle comunità locali. In questo contesto, le nozioni di turismo sostenibile e, più recentemente, di turismo rigenerativo occupano un posto sempre più importante nelle riflessioni sul futuro del settore turistico.

Questo cambiamento rappresenta una sfida significativa per le strutture ricettive, che devono adattare la propria offerta alle nuove esigenze della clientela conciliando allo stesso tempo sviluppo economico, qualità dell'accoglienza e valorizzazione delle risorse locali. Il settore dell'hôtellerie de plein air, caratterizzato da un forte legame con la natura e con il territorio, appare particolarmente interessante per osservare queste evoluzioni e comprendere in che modo esse influenzino concretamente le pratiche professionali.

È in questo contesto che ho svolto il mio tirocinio presso il Camping International du Sierroz, situato ad Aix-les-Bains e gestito dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Durante questo periodo, ho lavorato principalmente presso la reception della struttura, partecipando alle attività quotidiane di accoglienza della clientela, alla gestione delle prenotazioni, alle operazioni di check-in e check-out, alla distribuzione delle informazioni turistiche e all'assistenza ai clienti durante il loro soggiorno. Questo contatto diretto con i visitatori mi ha permesso di osservare l'evoluzione delle loro aspettative e l'importanza crescente attribuita alla qualità dell'esperienza, alla scoperta del territorio e alle attività proposte dalla destinazione.

L'esperienza vissuta durante il tirocinio mi ha portato a riflettere sul ruolo che una struttura ricettiva può svolgere nello sviluppo del territorio e sulle trasformazioni che interessano attualmente il settore turistico. Sebbene il Camping International du Sierroz non si presenti ufficialmente come una struttura specializzata nel turismo rigenerativo, il suo funzionamento, la collaborazione con

numerosi partner locali e la valorizzazione delle risorse della destinazione sembrano presentare diversi elementi compatibili con questo approccio.

Questa osservazione ha portato alla seguente problematica:

In che modo l'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello di turismo rigenerativo consente di rispondere alle nuove aspettative della clientela, contribuendo al tempo stesso allo sviluppo del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes?

Per rispondere a questa domanda, il presente lavoro si basa principalmente sulle osservazioni realizzate durante il tirocinio, sulle missioni svolte quotidianamente presso la reception, sugli scambi con i professionisti della struttura e sull'analisi di documenti interni e di diverse fonti bibliografiche relative al turismo, all'hôtellerie de plein air e al turismo rigenerativo. Questo approccio ha permesso di confrontare gli elementi teorici con la realtà osservata sul campo e di comprendere meglio il ruolo svolto dal campeggio all'interno della destinazione.

L'analisi realizzata mostra che il Camping International du Sierroz possiede già numerose caratteristiche compatibili con un approccio più responsabile e orientato verso la valorizzazione del territorio. La qualità dell'accoglienza, la collaborazione con gli attori locali, la promozione delle attività della destinazione e l'importanza attribuita all'esperienza del cliente costituiscono infatti elementi che contribuiscono progressivamente a una logica vicina ai principi del turismo rigenerativo, pur evidenziando anche alcuni limiti e sfide legati a questa evoluzione.

Per sviluppare questa riflessione, una prima parte sarà dedicata alla presentazione del Camping International du Sierroz, del suo ambiente e delle missioni svolte durante il tirocinio. In seguito, una seconda parte analizzerà il contesto attuale del settore turistico e l'emergere del concetto di turismo rigenerativo. Successivamente saranno esaminate le iniziative sviluppate dal campeggio, gli effetti osservati sull'esperienza del cliente e sul territorio, nonché i limiti di questo modello. Infine, saranno proposte alcune raccomandazioni e prospettive future riguardanti l'evoluzione del Camping International du Sierroz e della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

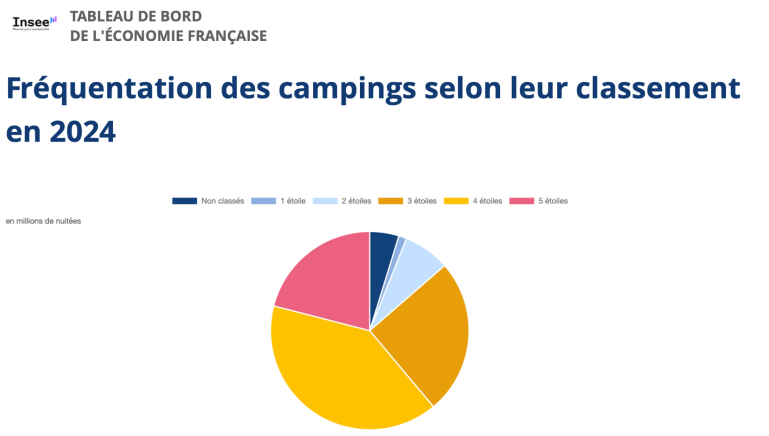
1. Un'evoluzione del campeggio resa necessaria dalle nuove aspettative e dalle dinamiche territoriali

1.1. L’evoluzione delle aspettative della clientela turistica

Negli ultimi anni il settore turistico ha conosciuto una profonda trasformazione. Se in passato il prezzo e la posizione geografica rappresentavano i principali criteri di scelta di una struttura ricettiva, oggi i turisti attribuiscono sempre maggiore importanza alla qualità dell’esperienza, al rispetto dell’ambiente e all’autenticità del soggiorno. Questa evoluzione interessa in modo particolare il settore dell’hôtellerie de plein air, che ha saputo adattarsi ai nuovi comportamenti dei consumatori proponendo servizi sempre più diversificati e orientati alla sostenibilità.

La crisi sanitaria del Covid-19 ha accelerato questo cambiamento. Dopo i periodi di confinamento, molti viaggiatori hanno privilegiato destinazioni naturali e spazi aperti, percepiti come luoghi più tranquilli e vicini al benessere personale. Il campeggio ha così registrato un rinnovato interesse grazie alla possibilità di trascorrere vacanze a contatto con la natura mantenendo una maggiore libertà rispetto ad altre forme di alloggio.

Secondo l'INSEE, durante la stagione turistica 2024 i campeggi francesi hanno registrato oltre 141 milioni di pernottamenti, confermando la Francia come prima destinazione europea per il turismo di plein air. Nonostante una lieve diminuzione rispetto all'anno precedente, questo risultato dimostra l'importanza del campeggio all'interno dell'offerta turistica nazionale e la capacità del settore di adattarsi ai cambiamenti della domanda.



Frequentazione dei campeggi francesi secondo la categoria di classificazione nel 2024

Parallelamente è cresciuta la sensibilità dei viaggiatori verso le problematiche ambientali. Sempre più clienti cercano strutture impegnate nella tutela dell'ambiente, nella valorizzazione delle risorse locali e nella promozione di pratiche responsabili. La vacanza non rappresenta più soltanto un momento di riposo, ma anche un'occasione per scoprire il patrimonio culturale e naturale della destinazione e contribuire positivamente al territorio visitato.

Questa tendenza è confermata anche dal Sustainable Travel Report 2024 di Booking.com, secondo il quale il 75 % dei viaggiatori desidera adottare modalità di viaggio più sostenibili, mentre il 45 % dichiara di essere maggiormente propenso a scegliere una struttura che dimostri concretamente il proprio impegno ambientale. Questi dati mostrano come le preoccupazioni ambientali influenzino sempre più le scelte dei consumatori e spingano le strutture ricettive ad adattare la propria offerta.

Anche il livello di comfort richiesto dalla clientela è cambiato. Oltre alle tradizionali piazzole per tende e camper, molti campeggi propongono oggi mobil-home, alloggi insoliti, servizi digitali, connessione Wi-Fi e numerose attività di svago. I clienti cercano infatti un equilibrio tra il contatto con la natura e il comfort moderno, privilegiando strutture capaci di offrire un'esperienza completa e personalizzata.

Durante il mio tirocinio presso il Camping International du Sierroz, ho potuto osservare concretamente questa evoluzione. Molti clienti chiedevano informazioni sulle attività disponibili nel territorio, sulle escursioni, sui mercati locali, sulle manifestazioni culturali o sportive e sui partner del campeggio. Le richieste non riguardavano soltanto l'alloggio, ma soprattutto la possibilità di vivere esperienze autentiche e di scoprire il territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Ho inoltre constatato che alcune domande tornavano frequentemente alla reception. Numerosi clienti chiedevano quali escursioni fosse possibile fare nei dintorni, la distanza dal centro di Aix-les-Bains, la presenza di una spiaggia nelle vicinanze o le linee di autobus disponibili, soprattutto i curisti che soggiornavano per diverse settimane. Altri visitatori cercavano informazioni sulla presenza di un negozio di alimentari o sui mercati locali. Queste richieste dimostrano che i clienti non si aspettano più soltanto un alloggio, ma ricercano un accompagnamento e consigli personalizzati per vivere pienamente il loro soggiorno.

Questa tendenza era particolarmente visibile presso la reception. Ad esempio, numerosi clienti chiedevano consigli su attività come le crociere sul lago del Bourget, le escursioni nel Massiccio delle Bauges o i percorsi ciclabili della ViaRhôna. In molti casi, la scelta delle attività da svolgere durante il soggiorno sembrava quasi più importante della scelta dell'alloggio stesso. Questa osservazione mi ha permesso di comprendere come il campeggio venga oggi percepito come una base di partenza per la scoperta del territorio piuttosto che come un semplice luogo di pernottamento.

Ho inoltre osservato che alcuni cicloturisti sceglievano il campeggio proprio grazie alla sua posizione lungo la ViaRhôna e alla presenza del marchio « Accueil Vélo ». Questa attenzione verso la mobilità dolce e le esperienze outdoor conferma l'emergere di nuove forme di turismo orientate alla natura e alla scoperta del territorio.

Ho inoltre constatato che numerosi visitatori utilizzavano il campeggio come punto di partenza per praticare attività sportive, visitare i comuni circostanti o partecipare alle iniziative organizzate nella destinazione. L'accoglienza assumeva quindi un ruolo essenziale nell'orientare i clienti verso le diverse opportunità offerte dal territorio e nel fornire consigli personalizzati in funzione delle loro aspettative.



Spazio informativo della reception con brochure e documentazione turistica messe a disposizione dei visitatori.

Durante il mio stage ho anche notato che molti clienti apprezzavano particolarmente la presenza delle brochure e della documentazione fornita dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Questi strumenti facilitavano l'organizzazione del soggiorno e permettevano ai visitatori di scoprire più facilmente le attività e gli eventi proposti sul territorio.

Questa evoluzione delle aspettative rappresenta oggi una sfida importante per gli operatori turistici. Per rimanere competitivi, le strutture ricettive devono offrire non soltanto un servizio di qualità, ma anche un'esperienza capace di creare un legame con il territorio e con l'ambiente circostante. È proprio in questo contesto che si sviluppa progressivamente il concetto di turismo rigenerativo, che sarà analizzato nella parte successiva del presente rapporto.

1.2. L’emergere del turismo rigenerativo nel settore turistico

Negli ultimi anni il concetto di turismo rigenerativo ha assunto un ruolo sempre più importante nelle riflessioni sul futuro del turismo. Se il turismo sostenibile mira principalmente a limitare gli effetti negativi delle attività turistiche sull'ambiente e sulla popolazione locale, il turismo rigenerativo propone un approccio ancora più ambizioso: contribuire attivamente al miglioramento del territorio, della biodiversità e della qualità della vita delle comunità ospitanti.

Questo modello si basa sull'idea che il turismo possa diventare uno strumento di sviluppo positivo, capace di creare valore condiviso per tutti gli attori coinvolti. Il visitatore non è più soltanto un consumatore di servizi turistici, ma partecipa indirettamente alla valorizzazione del patrimonio naturale, culturale ed economico della destinazione attraverso le proprie scelte di consumo e le attività svolte durante il soggiorno.

Secondo ONU Turismo (UN Tourism), il futuro del settore dipenderà sempre più dalla capacità delle destinazioni di integrare sviluppo economico, tutela dell'ambiente e coinvolgimento delle comunità locali. Il turismo rigenerativo rappresenta quindi un'evoluzione del turismo sostenibile: mentre quest'ultimo cerca soprattutto di ridurre gli impatti negativi del turismo, il turismo rigenerativo punta a generare effetti positivi e duraturi per il territorio.

Turismo tradizionale	Turismo sostenibile	Turismo rigenerativo
Obiettivo : massimizzare il numero di visitatori e i benefici economici.	**Obiettivo** : ridurre gli impatti negativi del turismo.	**Obiettivo** : creare benefici duraturi per il territorio, l'ambiente e la comunità locale.
Approccio : sfruttare le risorse turistiche.	**Approccio** : preservare le risorse naturali, culturali e sociali.	**Approccio** : rigenerare gli ecosistemi, valorizzare il patrimonio locale e rafforzare la resilienza del territorio.
Ruolo del turista : consumatore di servizi turistici.	**Ruolo del turista** : visitatore responsabile e consapevole.	**Ruolo del turista** : attore coinvolto nello sviluppo della destinazione.
Effetti principali : crescita economica, ma possibili impatti negativi sull'ambiente e sulla popolazione locale.	**Effetti principali** : limitazione degli impatti negativi e migliore gestione delle risorse.	**Effetti principali** : creazione di valore condiviso, sostegno all'economia locale e miglioramento del benessere del territorio.

Confronto tra il turismo tradizionale, il turismo sostenibile e il turismo rigenerativo.

L'emergere di questo concetto è strettamente legato all'evoluzione delle aspettative dei viaggiatori. Oggi i turisti sono sempre più sensibili alle questioni ambientali e sociali e desiderano che il loro soggiorno abbia un impatto positivo sulla destinazione visitata. Secondo il Sustainable Travel Report 2024 di Booking.com, oltre il 75 % dei viaggiatori desidera viaggiare in modo più sostenibile, mentre una quota crescente della clientela afferma di voler sostenere l'economia locale attraverso il consumo di prodotti regionali, la partecipazione ad attività organizzate da operatori locali e la scoperta del patrimonio culturale del territorio.

Questa evoluzione influenza profondamente anche il settore dell'hôtellerie de plein air. Grazie al contatto diretto con la natura, i campeggi dispongono di condizioni particolarmente favorevoli per sviluppare pratiche compatibili con il turismo rigenerativo. La gestione responsabile delle risorse naturali, la sensibilizzazione della clientela, la promozione della mobilità dolce e la collaborazione con imprese locali rappresentano alcune delle principali strategie adottate dalle strutture più innovative.

Il Camping International du Sierroz si inserisce pienamente in questa evoluzione. Situato sulle rive del lago del Bourget e immerso in un ambiente naturale particolarmente ricco, il campeggio offre ai visitatori numerose opportunità per scoprire il territorio attraverso attività sportive, culturali e ricreative organizzate in collaborazione con operatori locali. La presenza del marchio « Accueil Vélo » e la vicinanza della ViaRhôna favoriscono inoltre forme di mobilità dolce e contribuiscono a promuovere un turismo più rispettoso dell'ambiente.

Pur non presentandosi ufficialmente come una struttura specializzata nel turismo rigenerativo, il suo funzionamento e la sua integrazione nella destinazione mostrano diversi elementi riconducibili a questa filosofia. Le iniziative sviluppate dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes e la collaborazione connumerosi partner del territorio contribuiscono infatti a creare una rete di attori che favorisce la valorizzazione delle risorse locali e il miglioramento dell'esperienza dei visitatori.



Il lago del Bourget, principale risorsa naturale valorizzata dal Camping International du

Lavorando quotidianamente alla reception, mi sono resa conto che molti clienti erano particolarmente interessati alle esperienze offerte dal territorio piuttosto che alle sole infrastrutture del campeggio. Le richieste riguardavano frequentemente escursioni, attività nautiche sul lago del Bourget, mercati locali, percorsi ciclabili o eventi organizzati nella destinazione. Questa osservazione conferma come il soggiorno venga oggi percepito come un'esperienza globale, nella quale il territorio assume un'importanza sempre maggiore.

Il turismo rigenerativo favorisce inoltre una distribuzione più equilibrata dei benefici economici. Attraverso la collaborazione con guide, associazioni sportive, produttori locali e imprese turistiche, il campeggio contribuisce indirettamente alla valorizzazione dell'economia territoriale e alla promozione di attività che rispettano l'identità della destinazione. Anche iniziative come il mercato dei produttori locali organizzato durante la stagione estiva favoriscono questo legame tra turismo e territorio, incoraggiando il consumo di prodotti locali e gli scambi tra visitatori e attori economici della regione.

Tuttavia, è importante sottolineare che il turismo rigenerativo rimane un obiettivo complesso da raggiungere. Esso richiede una forte collaborazione tra operatori turistici, istituzioni locali, imprese e visitatori. Non si tratta soltanto di proporre attività sostenibili, ma di costruire un modello capace di generare valore per l'intero territorio nel lungo periodo.

L'emergere di questo nuovo approccio dimostra quindi che il turismo contemporaneo non può più essere considerato esclusivamente come un'attività economica, ma anche come uno strumento di valorizzazione del territorio e di sviluppo sostenibile. In questo contesto, il ruolo delle istituzioni locali e delle politiche territoriali diventa determinante per accompagnare l'evoluzione degli operatori turistici verso modelli più responsabili, come verrà analizzato nella parte seguente.

1.3. L’influenza del territorio sugli operatori turistici, in particolare attraverso gli orientamenti di Aix-les-Bains Riviera des Alpes e della Communauté d’Agglomération Grand Lac

Negli ultimi anni le politiche di sviluppo turistico hanno assunto un ruolo sempre più importante nell’orientare le strategie degli operatori locali. Le destinazioni non si limitano più a promuovere il proprio patrimonio naturale o culturale, ma cercano di costruire un modello di sviluppo equilibrato che concili attrattività turistica, tutela dell’ambiente e qualità della vita dei residenti. In questo

contesto, gli operatori turistici sono chiamati ad adattare la propria offerta alle strategie definite dalle istituzioni territoriali.

Il territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes rappresenta un esempio significativo di questa evoluzione. Situata tra il lago del Bourget e il Massiccio delle Bauges, la destinazione valorizza un patrimonio naturale particolarmente ricco attraverso una politica orientata al turismo di natura, alle attività outdoor e alla mobilità sostenibile. La promozione del territorio si basa infatti sulla scoperta del paesaggio, delle attività sportive, del patrimonio culturale e della gastronomia locale, elementi che contribuiscono a differenziare la destinazione rispetto ad altre località turistiche alpine.

Secondo i dati dell'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, il territorio propone oltre 200 chilometri di sentieri escursionistici, numerosi percorsi ciclabili e una vasta offerta di attività nautiche sul lago del Bourget, favorendo così un turismo distribuito sull'intero territorio e non concentrato esclusivamente nel centro urbano.



Carta turistica della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes con la

Anche la Communauté d'Agglomération Grand Lac promuove uno sviluppo turistico fondato sulla valorizzazione delle risorse locali e sulla protezione dell'ambiente. Attraverso programmi dedicati alla mobilità dolce, alla tutela del lago e allo sviluppo delle attività di piena natura, l'ente incoraggia gli operatori turistici ad adottare pratiche compatibili con uno sviluppo sostenibile della destinazione.

Questi orientamenti influenzano direttamente il Camping International du Sierroz, che non è solamente partner della destinazione, ma è gestito direttamente dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Questa particolarità favorisce una forte integrazione tra la strategia turistica territoriale e le attività quotidiane del campeggio. La struttura beneficia inoltre della rete di collaborazione sviluppata dall'Agence e dei valori di cooperazione, fiducia e attenzione alla qualità dell'esperienza dei visitatori.

Il campeggio costituisce infatti un punto di accesso ideale per scoprire la destinazione senza dover utilizzare sistematicamente l'automobile, favorendo così forme di mobilità più rispettose dell'ambiente.

Un esempio concreto di questa integrazione è rappresentato dalla vicinanza della ViaRhôna, uno dei principali itinerari ciclabili francesi che collega il lago di Ginevra al Mar Mediterraneo. Grazie a questa infrastruttura, il territorio attira ogni anno numerosi cicloturisti alla ricerca di modalità di viaggio più lente e sostenibili. Il campeggio si inserisce perfettamente in questa dinamica grazie alla sua posizione strategica e ai servizi proposti ai viaggiatori itineranti.

La struttura beneficia inoltre del marchio « Accueil Vélo », riconoscimento che valorizza gli operatori turistici impegnati nell'accoglienza dei cicloturisti. Questo elemento dimostra come il campeggio partecipi concretamente agli obiettivi territoriali legati alla mobilità dolce e alla valorizzazione del turismo outdoor.

Durante il mio tirocinio ho osservato che numerosi clienti chiedevano consigli sulle attività organizzate nel territorio piuttosto che sulle sole infrastrutture del campeggio. Molte richieste riguardavano eventi culturali, escursioni nelle montagne circostanti, crociere sul lago, percorsi ciclabili, mercati locali o visite dei piccoli comuni della Riviera des Alpes. Questa osservazione conferma come il campeggio sia strettamente integrato nella dinamica turistica della destinazione e svolga un ruolo di collegamento tra i visitatori e il territorio.

Una parte importante del lavoro svolto alla reception consisteva proprio nell'orientare i clienti verso le informazioni fornite dall'Office de Tourisme e dalla documentazione ufficiale di Aix-les-Bains Riviera des Alpes. In questo modo il campeggio partecipa attivamente alla promozione della destinazione e favorisce una migliore distribuzione dei flussi turistici sul territorio. Ho inoltre potuto constatare che numerosi visitatori apprezzavano particolarmente i consigli personalizzati forniti dal personale e la presenza delle brochure turistiche disponibili alla reception.

Durante la stagione estiva, il mercato dei produttori locali organizzato presso il campeggio contribuisce anch'esso a rafforzare il legame tra i visitatori e il territorio. Questa iniziativa favorisce la valorizzazione dei prodotti regionali e permette agli operatori locali di beneficiare direttamente della presenza turistica.



brochure ufficiali Aix-les-Bains Riviera

Questa collaborazione tra strutture ricettive, istituzioni pubbliche e organismi turistici riflette perfettamente gli obiettivi perseguiti da Aix-les-Bains Riviera des Alpes e dalla Communauté d'Agglomération Grand Lac. In questo modello, il turismo non rappresenta soltanto una fonte di reddito, ma diventa uno strumento di valorizzazione del patrimonio locale e di sviluppo territoriale.

L'influenza delle politiche territoriali dimostra quindi che l'evoluzione del Camping International du Sierroz non dipende esclusivamente dalle strategie interne della struttura, ma si inserisce in una dinamica più ampia che coinvolge l'intera destinazione. Questo contesto favorisce progressivamente la costruzione di un modello turistico più collaborativo, sostenibile e vicino ai principi del turismo rigenerativo, che sarà analizzato attraverso le azioni concrete messe in atto dal campeggio nella seconda parte del presente rapporto.

2. L'attuazione di un modello rigenerativo all'interno del campeggio

2.1. Le iniziative sviluppate dal campeggio per favorire un turismo più responsabile

Per rispondere ai cambiamenti del mercato turistico e alle nuove esigenze della clientela, il Camping International du Sierroz ha progressivamente adattato il proprio funzionamento e la propria offerta. Pur rimanendo una struttura di hôtellerie de plein air, il campeggio propone oggi un soggiorno che valorizza il territorio circostante e incoraggia pratiche compatibili con uno sviluppo turistico più sostenibile.

Questa evoluzione si inserisce nel contesto generale del turismo di plein air francese. Secondo la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, la Francia dispone di oltre 7.400 campeggi, il numero più elevato in Europa, e il settore continua ad evolversi attraverso investimenti destinati al miglioramento della qualità dei servizi, della digitalizzazione e della tutela ambientale.

Una delle principali iniziative sviluppate dal campeggio riguarda la valorizzazione del territorio locale. Fin dall'arrivo dei clienti, il personale della reception mette a disposizione mappe, brochure turistiche e informazioni personalizzate sulle attività disponibili nella destinazione. L'obiettivo non è soltanto informare i visitatori, ma incoraggiarli a scoprire il patrimonio naturale, culturale e sportivo di Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Durante il mio tirocinio ho partecipato quotidianamente a questa attività di accoglienza e orientamento. Oltre alle operazioni di check-in e check-out, fornivo informazioni sulle escursioni, sulle attività nautiche, sugli eventi organizzati nel territorio e sui servizi proposti dai partner locali. Ho potuto constatare che molti clienti apprezzavano particolarmente questi consigli personalizzati, che permettevano loro di organizzare il soggiorno in modo più semplice e completo. I risultati dei questionari di soddisfazione confermano inoltre l'importanza attribuita dai clienti alla qualità dell'accoglienza e all'accompagnamento fornito durante il soggiorno.

Il campeggio favorisce inoltre un turismo più responsabile attraverso la collaborazione con numerosi operatori locali. Grazie a questa rete di partner, i visitatori possono accedere facilmente a esperienze sportive, culturali, nautiche e di benessere che valorizzano le risorse del territorio. Questa strategia permette non solo di arricchire il soggiorno della clientela, ma anche di sostenere l'economia locale e di distribuire i benefici del turismo tra diversi attori della destinazione.

Le attività proposte comprendono, tra le altre, crociere sul lago del Bourget, sport nautici, parapendio, immersioni, escursioni guidate, yoga e numerose attività outdoor. Durante la stagione estiva, il campeggio organizza inoltre un pot d'accueil e un mercato dei produttori locali che permettono ai visitatori di incontrare direttamente alcuni attori economici del territorio e di scoprire prodotti regionali. Queste iniziative contribuiscono a rafforzare il legame tra turismo ed economia locale.

Categoria	Partner	Attività proposta
Attività sportive outdoor	Savoie Sports Aventure	Sport d'avventura e attività outdoor
	Bauges Parapente	Volo in parapendio
	Plein Ciel Parapente	Volo in parapendio
	Windalps	Escursioni e attività nella natura
	Soren Yoga	Corsi di yoga
Attività nautiche	Compagnie des Bateaux	Crociere sul lago del Bourget
	Aixperiences	Attività nautiche ed esperienze sul lago
Benessere	Domaine de Marlioz	Spa e benessere
	Hôtel Adelphia	Spa e centro benessere
Turismo e visite	Office de Tourisme Aix-les-Bains Riviera des Alpes	Informazione e promozione turistica
	Aixplore Tourisme	Visite guidate ed escursioni
Gastronomia e prodotti locali	Marché Essentielle	Prodotti locali
Artigianato	Atelier Les Bulles	Laboratori artigianali
Natura e fauna	Cohab Faune	Scoperta della fauna locale
Sport equestre	Courses hippiques (Hippodrome d'Aix-les-Bains)	Corse ippiche ed eventi

Principali partner del Camping International du Sierroz classificati per categoria di attività.

Un'altra iniziativa importante riguarda la promozione della mobilità dolce. La vicinanza della ViaRhôna e della rete ciclabile del lago del Bourget favorisce l'utilizzo della bicicletta come mezzo di trasporto e di scoperta della destinazione. Il campeggio beneficia inoltre del marchio « Accueil Vélo », che certifica la presenza di servizi adatti ai cicloturisti e rafforza il suo impegno a favore di

forme di turismo più sostenibili. La struttura dispone inoltre di cinque emplacements specificamente dedicati ai viaggiatori in bicicletta, facilitando l'accoglienza di questa clientela itinerante in costante crescita.

La struttura propone inoltre diverse tipologie di alloggio : piazzole tradizionali, mobil-home, Coco Sweet e tende bivacco, che permettono di accogliere una clientela diversificata senza rinunciare all'identità del campeggio e al contatto diretto con l'ambiente naturale.



Diverse tipologie di alloggio proposte dal Camping International du Sierroz.

Nel complesso, le iniziative sviluppate dal Camping International du Sierroz dimostrano una volontà concreta di adattarsi alle nuove esigenze del settore turistico. Queste azioni si inseriscono inoltre negli orientamenti promossi dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, che pone particolare attenzione alla qualità dell'esperienza, alla cooperazione tra gli attori locali e alla valorizzazione delle risorse del territorio. Attraverso l'accoglienza personalizzata, la promozione della mobilità dolce e la collaborazione con numerosi partner, il campeggio contribuisce così alla costruzione di un modello turistico più responsabile e coerente con i principi del turismo rigenerativo.

2.2. L’adattamento del campeggio alle nuove aspettative della clientela

L’evoluzione delle aspettative dei turisti ha profondamente modificato il modo in cui le strutture ricettive organizzano la propria offerta. Oggi i clienti non cercano più solamente un luogo dove pernottare, ma desiderano vivere un’esperienza completa, caratterizzata da qualità dell’accoglienza, comfort, autenticità e possibilità di scoprire il territorio circostante. Di conseguenza, il Camping International du Sierroz ha progressivamente adattato i propri servizi per rispondere a queste nuove esigenze.

Secondo il Sustainable Travel Report 2024 di Booking.com, oltre il 75 % dei viaggiatori desidera adottare pratiche di viaggio più sostenibili, mentre una parte crescente della clientela considera

importante sostenere l'economia locale durante il soggiorno. Parallelamente, aumenta la richiesta di esperienze personalizzate e di servizi che permettano di entrare in contatto con la cultura e il patrimonio della destinazione.

Durante il mio tirocinio ho potuto osservare direttamente questa evoluzione attraverso il contatto quotidiano con la clientela. Molti visitatori chiedevano consigli personalizzati sulle attività da svolgere durante il soggiorno, sui ristoranti della zona, sugli eventi organizzati nel territorio o sui percorsi naturalistici accessibili dal campeggio. L'accoglienza non consiste quindi soltanto nella consegna delle chiavi o nella registrazione amministrativa dei clienti, ma rappresenta un momento fondamentale per orientare il soggiorno e creare un rapporto di fiducia con il visitatore.

Questa dimensione relazionale costituisce uno degli elementi più importanti del lavoro svolto alla reception. Ogni cliente presenta esigenze differenti in funzione della composizione del gruppo, della durata della permanenza, dell'età o degli interessi personali. Le famiglie cercavano spesso attività accessibili ai bambini e luoghi tranquilli per trascorrere la giornata, mentre gli sportivi erano particolarmente interessati alle escursioni, ai percorsi ciclabili e agli sport nautici disponibili sul lago del Bourget. I turisti stranieri, provenienti principalmente dalla Francia, dalla Svizzera, dalla Germania, dal Regno Unito e dai Paesi Bassi, richiedevano frequentemente informazioni pratiche per visitare la regione e comprendere meglio le particolarità del territorio.

Durante il mio stage mi è capitato regolarmente di adattare i consigli in funzione delle esigenze dei clienti. Ad esempio, una famiglia con bambini veniva spesso orientata verso le spiagge del lago o le crociere sul lago del Bourget, mentre i cicloturisti erano particolarmente interessati alla ViaRhôna e agli itinerari che attraversano il territorio. I curisti, presenti soprattutto durante la stagione estiva, chiedevano frequentemente informazioni sui collegamenti con il centro città e sulle linee di autobus disponibili. La capacità di adattare le informazioni fornite rappresenta quindi un elemento essenziale della qualità dell'accoglienza.

Ho inoltre osservato che alcune domande tornavano molto spesso alla reception. Oltre alle attività sportive e alle escursioni, molti clienti chiedevano se il campeggio disponesse di un negozio di alimentari, quali fossero le spiagge più vicine o quali percorsi di randonnée fossero consigliati. Queste richieste dimostrano che il campeggio viene sempre più percepito come un punto di partenza per vivere il territorio e non soltanto come un semplice luogo di soggiorno.

Anche la qualità delle informazioni messe a disposizione dei clienti riveste un ruolo importante. Brochure turistiche, mappe della destinazione, consigli personalizzati e documentazione fornita dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes permettono ai visitatori di organizzare facilmente il proprio soggiorno e di scoprire numerose attività locali. Questa collaborazione tra il campeggio e l'Office de Tourisme rafforza la qualità dell'accoglienza e contribuisce alla promozione dell'intera destinazione.

L'adattamento riguarda anche la diversificazione degli alloggi proposti. Il Camping International du Sierroz dispone di 88 emplacements tradizionali e di 61 hébergements locatifs, tra cui 46 mobil-home, 9 Coco Sweet e 6 tende bivacco. Questa varietà consente di soddisfare differenti categorie di clientela, dai campeggiatori tradizionali ai turisti alla ricerca di maggiore comfort. La presenza del marchio « Accueil Vélo » e dei cinque emplacements dedicati ai cicloturisti testimonia inoltre la volontà di adattarsi allo sviluppo della mobilità dolce e alle nuove forme di turismo itinerante.

Un altro elemento osservato durante il tirocinio riguarda l'importanza della qualità della relazione umana. In un contesto caratterizzato dalla diffusione delle prenotazioni online e delle piattaforme digitali, molti clienti apprezzano il contatto diretto con il personale della reception e la possibilità di ricevere consigli personalizzati. Alcuni servizi, come la ricezione dei pacchi e della posta per i curisti o le informazioni pratiche sulla vita quotidiana, rappresentano un vero valore aggiunto e contribuiscono alla fidelizzazione della clientela.

I questionari di soddisfazione realizzati dal campeggio mostrano inoltre un elevato livello di apprezzamento nei confronti dell'accoglienza e della qualità dei servizi offerti. Questi risultati confermano che la dimensione umana e la personalizzazione del soggiorno costituiscono ancora oggi elementi essenziali dell'esperienza turistica, nonostante la crescente digitalizzazione del settore.

Nel complesso, il Camping International du Sierroz dimostra una buona capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato turistico. Attraverso un'accoglienza personalizzata, un'offerta diversificata e una forte valorizzazione delle risorse locali, la struttura riesce a rispondere alle nuove aspettative dei visitatori contribuendo allo stesso tempo alla promozione del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Questa attenzione alla qualità dell'esperienza del cliente si inserisce inoltre negli orientamenti sviluppati dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, che pone l'essere umano e la cooperazione tra gli attori del territorio al centro della propria strategia.

2.3. L’integrazione del campeggio nella dinamica territoriale

L’integrazione di una struttura ricettiva nel territorio rappresenta oggi uno degli elementi fondamentali per lo sviluppo di un turismo più sostenibile e responsabile. Un campeggio non è più solamente un luogo di soggiorno, ma un attore che partecipa alla promozione della destinazione, alla valorizzazione del patrimonio locale e alla diffusione delle attività proposte sul territorio. In questo contesto, il Camping International du Sierroz occupa una posizione strategica all’interno della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Situato sulle rive del lago del Bourget, il più grande lago naturale di origine glaciale della Francia, il campeggio beneficia di un ambiente naturale particolarmente attrattivo e di una posizione privilegiata tra lago e montagne. La sua vicinanza al centro di Aix-les-Bains, ai principali siti turistici e alle infrastrutture di mobilità dolce facilita l’accesso ai servizi della destinazione e favorisce una scoperta più ampia del territorio.

Il Camping International du Sierroz è inoltre gestito dall’Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, organismo incaricato della promozione turistica del territorio. Questa gestione permette una stretta collaborazione con la strategia turistica locale e facilita la diffusione delle informazioni riguardanti gli eventi, le attività sportive, le visite culturali e le iniziative organizzate durante tutta la stagione turistica. I valori promossi dall’Agence, fondati sulla cooperazione, sulla fiducia e sulla centralità dell’esperienza del visitatore, influenzano direttamente il funzionamento del campeggio e il modo in cui viene concepita l’accoglienza.



Presentazione dell'offerta turistica del Camping International du Sierroz sul sito ufficiale dell'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Durante il mio tirocinio ho potuto osservare come questa integrazione si manifesti concretamente nel lavoro quotidiano della reception. Una parte importante delle richieste dei clienti riguardava infatti il territorio circostante: mercati locali, eventi culturali, sentieri escursionistici, spiagge del

lago, visite guidate o attività sportive. In molti casi, i visitatori arrivavano con una conoscenza limitata della destinazione e si affidavano ai consigli del personale per organizzare il proprio soggiorno.

Il personale orientava regolarmente i clienti verso le proposte dell'Office de Tourisme, gli eventi locali e le attività presenti sul territorio. Questa attività di informazione rappresenta molto più di un semplice servizio complementare: contribuisce direttamente alla valorizzazione della destinazione e permette ai visitatori di scoprire luoghi che probabilmente non avrebbero visitato autonomamente. La reception svolge quindi un vero ruolo di mediazione tra i turisti e il territorio.

La posizione del campeggio favorisce anche una mobilità più sostenibile. Situato nelle immediate vicinanze della ViaRhôna e della rete ciclabile del lago del Bourget, il sito è facilmente accessibile ai cicloturisti e ai viaggiatori itineranti. Il campeggio è inoltre riconosciuto dal marchio « Accueil Vélo », che garantisce servizi adattati ai turisti che viaggiano in bicicletta e incoraggia forme di mobilità rispettose dell'ambiente. La presenza di cinque emplacements dedicati ai cicloturisti conferma questa volontà di adattarsi alle nuove forme di mobilità.

Questa integrazione nelle politiche territoriali risponde pienamente agli orientamenti sviluppati dalla Communauté d'Agglomération Grand Lac, che promuove un turismo fondato sulla valorizzazione delle risorse naturali, sulla mobilità dolce e sulla collaborazione tra gli operatori locali. Il campeggio partecipa quindi indirettamente alla strategia di sviluppo della destinazione attraverso il proprio ruolo di punto di accoglienza e di informazione per i visitatori.

Nel corso del mio stage ho inoltre constatato che il campeggio mette a disposizione numerose brochure, mappe e documenti turistici elaborati dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Questo materiale permette ai clienti di organizzare facilmente il proprio soggiorno e di scoprire il patrimonio culturale, naturale e gastronomico della regione.



Durante la stagione estiva, il campeggio organizza inoltre momenti di incontro come il pot d'accueil e il mercato dei produttori locali. Queste iniziative favoriscono gli scambi tra visitatori e attori economici del territorio, contribuendo alla valorizzazione delle specialità regionali e al sostegno delle imprese locali. Esse dimostrano come il campeggio partecipi attivamente alla vita della destinazione e non si limiti a fornire un semplice servizio di alloggio.

L’integrazione del Camping International du Sierroz nella dinamica territoriale si traduce quindi attraverso una collaborazione continua con gli organismi turistici locali, una promozione attiva della destinazione e una valorizzazione delle risorse disponibili sul territorio. Questo ruolo di intermediazione contribuisce a rafforzare l’attrattività di Aix-les-Bains Riviera des Alpes e dimostra come una struttura ricettiva possa partecipare concretamente allo sviluppo di un turismo più equilibrato e più vicino ai principi del turismo rigenerativo.

Questa integrazione territoriale costituisce uno degli elementi che permettono al campeggio di rispondere alle nuove aspettative della clientela, creando un legame diretto tra il soggiorno turistico e la scoperta del territorio che lo ospita. Essa dimostra inoltre che il successo di una struttura ricettiva dipende oggi non soltanto dalla qualità dei servizi proposti, ma anche dalla sua capacità di inserirsi attivamente nella vita e nello sviluppo della destinazione.

3. Gli effetti e i limiti del modello rigenerativo

3.1. Gli impatti sull'esperienza del cliente

L'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello di turismo più responsabile produce effetti diretti sull'esperienza vissuta dai visitatori. Oggi la qualità di un soggiorno non dipende più esclusivamente dal comfort dell'alloggio o dalla qualità delle infrastrutture, ma anche dalla possibilità di vivere esperienze autentiche, di entrare in contatto con il territorio e di beneficiare di un'accoglienza personalizzata. In questo contesto, il turismo rigenerativo contribuisce a trasformare il ruolo del campeggio, che diventa un punto di partenza per la scoperta della destinazione.

Negli ultimi anni le aspettative della clientela sono cambiate profondamente. Secondo il *Sustainable Travel Report 2024*di Booking.com, una larga maggioranza dei viaggiatori dichiara di voler vivere esperienze più locali e rispettose dell'ambiente, privilegiando attività che permettano di conoscere la cultura, il patrimonio e le tradizioni della destinazione visitata. Questo cambiamento influenza direttamente il modo in cui le strutture ricettive organizzano l'accoglienza e i servizi proposti ai clienti.

Durante il mio tirocinio ho potuto osservare che molti clienti non si limitavano a chiedere informazioni sul campeggio, ma desideravano soprattutto consigli personalizzati sulle attività disponibili nella regione. Le richieste riguardavano spesso escursioni, visite culturali, attività sportive, ristoranti tipici o eventi organizzati durante il periodo estivo. Questa ricerca di autenticità dimostra come il soggiorno venga ormai concepito come un'esperienza globale e non soltanto come una semplice vacanza.

Mi è capitato frequentemente di accogliere clienti che, dopo aver visitato il lago del Bourget o partecipato a una delle attività consigliate dalla reception, tornavano per chiedere ulteriori suggerimenti per i giorni successivi. Questo comportamento mostra come molti visitatori desiderino vivere pienamente il territorio e non limitarsi a utilizzare il campeggio come semplice luogo di pernottamento.

L'accoglienza svolge quindi un ruolo fondamentale nella soddisfazione della clientela. Attraverso il dialogo con i visitatori, il personale può orientare ciascun cliente verso attività adatte ai propri interessi e contribuire a rendere il soggiorno più ricco e personalizzato. I questionari di soddisfazione realizzati dal campeggio mostrano inoltre un elevato livello di apprezzamento nei

confronti della qualità dell'accoglienza e dei servizi proposti, confermando l'importanza della relazione umana nell'esperienza vissuta dai clienti.

Anche la qualità dell'ambiente circostante influisce positivamente sull'esperienza dei visitatori. La vicinanza del lago del Bourget, delle montagne e delle numerose infrastrutture dedicate alle attività outdoor offre ai clienti la possibilità di alternare momenti di relax ad attività sportive e culturali, rendendo il soggiorno particolarmente diversificato. I cicloturisti beneficiano inoltre di servizi specifici che favoriscono un'esperienza di viaggio più lenta e maggiormente orientata alla scoperta dell'ambiente naturale.

La presenza di una rete di partner locali contribuisce inoltre ad arricchire l'esperienza proposta dal campeggio. Grazie alle collaborazioni sviluppate con imprese del territorio, i visitatori possono facilmente accedere a numerose attività complementari senza dover organizzare autonomamente il proprio programma. Questa semplicità di accesso favorisce la soddisfazione della clientela e valorizza allo stesso tempo le risorse della destinazione.



Escursione in mountain bike organizzata da Takamaka, partner del Camping International du Sierroz

Dal punto di vista relazionale, il contatto diretto con il personale della reception rappresenta un ulteriore elemento di qualità. In un periodo caratterizzato dalla diffusione delle prenotazioni online e dei servizi digitali, molti clienti apprezzano la possibilità di ricevere consigli personalizzati e di beneficiare di un accompagnamento umano durante il soggiorno. Questa relazione contribuisce a creare un clima di fiducia e favorisce una percezione positiva dell'esperienza complessiva. Tale attenzione alla dimensione umana è inoltre coerente con i valori promossi dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, che pone l'esperienza del visitatore al centro della propria strategia.

Infine, il modello rigenerativo permette al visitatore di sentirsi maggiormente coinvolto nella scoperta del territorio. Attraverso il consumo di prodotti locali, la partecipazione ad attività

organizzate da operatori della destinazione e la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, il turista assume un ruolo più attivo e contribuisce indirettamente allo sviluppo della regione che lo ospita. Anche iniziative come il mercato dei produttori locali e i *pot d'accueil* organizzati durante la stagione estiva favoriscono questi scambi e permettono ai visitatori di entrare maggiormente in contatto con il territorio.

Questa osservazione risponde direttamente alla problematica del presente rapporto: l'evoluzione del campeggio verso un modello più vicino ai principi del turismo rigenerativo consente non soltanto di soddisfare le nuove aspettative della clientela, ma anche di creare un'esperienza più ricca, personalizzata e strettamente collegata al territorio.

Nel complesso, l'esperienza osservata durante il mio tirocinio dimostra che il Camping International du Sierroz non offre solamente un servizio di alloggio, ma propone un'esperienza turistica più completa, basata sulla qualità dell'accoglienza, sulla valorizzazione del territorio e sulla collaborazione con gli attori locali. Questi elementi rappresentano uno dei principali effetti positivi dell'evoluzione verso un modello di turismo rigenerativo.

3.2. Le ricadute sul territorio

L'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello ispirato ai principi del turismo rigenerativo non produce effetti positivi soltanto per i clienti, ma genera anche numerose ricadute sul territorio che lo ospita. Attraverso la collaborazione con gli attori locali, la promozione delle attività della destinazione e la valorizzazione delle risorse naturali e culturali, il campeggio contribuisce infatti allo sviluppo economico e turistico di Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Il turismo rappresenta uno dei principali settori economici della regione Auvergne-Rhône-Alpes e costituisce una risorsa importante anche per il territorio del lago del Bourget. Secondo Atout France, il turismo contribuisce a circa il 7,5 % del PIL francese e genera milioni di posti di lavoro diretti e indiretti. A livello locale, ogni soggiorno turistico produce benefici economici che coinvolgono numerose attività, tra cui la ristorazione, il commercio, i trasporti, i servizi culturali e le attività sportive.

Nel caso del Camping International du Sierroz, questi effetti risultano particolarmente visibili grazie alla posizione strategica della struttura e ai numerosi collegamenti con il territorio circostante. Durante il mio tirocinio ho osservato che molti clienti trascorrevano gran parte della giornata all'esterno del campeggio, visitando il centro di Aix-les-Bains, partecipando ad attività sportive o

culturali e usufruendo dei servizi proposti dalle imprese locali. Il campeggio svolge quindi un ruolo di porta d'accesso alla destinazione e favorisce la circolazione dei flussi turistici all'interno del territorio.

La collaborazione con numerosi partner locali contribuisce inoltre a distribuire i benefici economici tra differenti categorie di operatori. Attività nautiche, escursioni guidate, parapendio, benessere, crociere sul lago e visite culturali permettono ai visitatori di scoprire il territorio sostenendo allo stesso tempo l'economia locale. In questo modo, i benefici generati dal turismo non rimangono concentrati in una sola struttura, ma vengono condivisi con l'insieme degli attori della destinazione.

Durante la stagione estiva, il campeggio organizza inoltre il mercato dei produttori locali e i *pot d'accueil*, che favoriscono l'incontro tra visitatori e operatori economici della regione. Queste iniziative permettono ai clienti di scoprire prodotti tipici e contribuiscono a valorizzare il *savoir-faire* locale, creando benefici economici diretti per numerose imprese del territorio.

Anche dal punto di vista della promozione territoriale il campeggio svolge un ruolo importante. Attraverso le informazioni fornite alla reception e i consigli personalizzati rivolti ai clienti, la struttura contribuisce a far conoscere luoghi, attività ed eventi che spesso si trovano al di fuori dei circuiti turistici più frequentati. Questa diffusione dei flussi favorisce una valorizzazione più equilibrata dell'intera destinazione e limita il rischio di concentrare l'attività turistica in poche aree specifiche.

Le ricadute positive riguardano anche la valorizzazione del patrimonio naturale. Promuovendo attività di piena natura, percorsi escursionistici, mobilità ciclabile e sport outdoor, il campeggio incoraggia una scoperta più rispettosa del territorio e contribuisce a sensibilizzare i visitatori sull'importanza della tutela dell'ambiente. La presenza della ViaRhôna, del marchio « Accueil Vélo » e degli emplacements dedicati ai cicloturisti favorisce inoltre forme di mobilità più sostenibili e contribuisce all'attrattività della destinazione presso una clientela itinerante in costante crescita.

Dal punto di vista sociale, il turismo favorisce inoltre gli scambi tra visitatori e popolazione locale. I clienti del campeggio partecipano ai mercati, agli eventi culturali, alle manifestazioni sportive e alle attività organizzate sul territorio, contribuendo a mantenere viva l'identità della destinazione e a sostenere le iniziative locali. Questa interazione rafforza il legame tra turismo e comunità ospitante, uno dei principi fondamentali del turismo rigenerativo.

La gestione del campeggio da parte dell'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes favorisce inoltre una forte integrazione con la strategia turistica territoriale. Attraverso la cooperazione con la Communauté d'Agglomération Grand Lac e con numerosi partner locali, il campeggio partecipa a una logica di sviluppo basata sulla valorizzazione delle risorse del territorio e sulla qualità dell'esperienza proposta ai visitatori.

L'esperienza osservata durante il mio tirocinio dimostra quindi che il Camping International du Sierroz non rappresenta soltanto una struttura ricettiva, ma costituisce un vero attore dello sviluppo territoriale. Attraverso il suo ruolo di informazione, orientamento e collaborazione con gli operatori locali, il campeggio contribuisce alla valorizzazione economica, culturale e ambientale della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Questa osservazione conferma che il turismo rigenerativo non si limita a ridurre gli impatti negativi del turismo, ma cerca di creare benefici concreti e condivisi per il territorio. Nel caso del Camping International du Sierroz, tali benefici si manifestano attraverso il sostegno all'economia locale, la valorizzazione del patrimonio naturale e il rafforzamento dei legami tra visitatori e comunità ospitante.

3.3. I limiti e le sfide del modello rigenerativo

Nonostante i numerosi vantaggi presentati dal turismo rigenerativo, la sua applicazione concreta all'interno di una struttura ricettiva presenta anche diversi limiti e sfide. L'obiettivo di conciliare sviluppo economico, tutela dell'ambiente e soddisfazione della clientela richiede infatti un equilibrio complesso, che dipende sia dalle scelte dell'impresa sia dal contesto territoriale nel quale essa opera. Il Camping International du Sierroz, pur mostrando numerosi elementi compatibili con questo modello, deve confrontarsi con alcune difficoltà comuni all'intero settore dell'hôtellerie de plein air.

Uno dei principali limiti riguarda la stagionalità dell'attività turistica. Il campeggio concentra infatti la maggior parte della propria frequentazione tra la primavera e la fine dell'estate, periodo durante il quale la domanda raggiunge il livello più elevato. Questa forte concentrazione dei flussi limita la possibilità di distribuire i benefici economici durante tutto l'anno e rende l'attività fortemente dipendente dalle condizioni climatiche e dall'andamento della stagione turistica.

Anche il cambiamento climatico rappresenta una sfida crescente. L'aumento delle temperature, gli episodi di siccità e gli eventi meteorologici estremi possono influenzare il funzionamento delle strutture di plein air e modificare le abitudini dei turisti. Di conseguenza, i campeggi devono adattare progressivamente la gestione delle risorse idriche, degli spazi verdi e delle infrastrutture per garantire il comfort della clientela limitando al tempo stesso l'impatto ambientale delle proprie attività.

Un'altra difficoltà riguarda gli investimenti necessari per sviluppare un modello realmente rigenerativo. Il miglioramento delle infrastrutture, la digitalizzazione dei servizi, la gestione sostenibile delle risorse o il rafforzamento delle collaborazioni con gli operatori locali richiedono investimenti economici importanti che non tutte le strutture sono in grado di sostenere facilmente.

Anche le aspettative della clientela continuano ad evolvere molto rapidamente. I visitatori desiderano oggi servizi di qualità, connessione digitale, comfort elevato, attività diversificate e informazioni personalizzate, mantenendo allo stesso tempo un forte interesse per il rispetto dell'ambiente. Questo rappresenta uno dei principali paradossi del turismo contemporaneo: i clienti desiderano soggiorni sempre più sostenibili, ma senza rinunciare ai livelli di comfort ai quali sono abituati.

Durante il mio tirocinio ho potuto osservare che il lavoro della reception richiede una grande capacità di adattamento. Ogni giorno le richieste dei clienti erano differenti e il personale doveva essere in grado di fornire rapidamente informazioni precise, risolvere eventuali problemi e orientare i visitatori verso le attività più adatte. In alcuni periodi di forte affluenza, questa necessità di personalizzare l'accoglienza per ogni cliente rappresentava una vera sfida organizzativa. La qualità dell'esperienza, fortemente valorizzata dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes, richiede infatti tempo, disponibilità e una conoscenza approfondita del territorio.

Questa esperienza mi ha permesso di comprendere che la qualità dell'accoglienza, elemento essenziale del turismo rigenerativo, richiede non solo competenze relazionali ma anche una conoscenza approfondita del territorio, dei partner locali e delle aspettative della clientela.

La collaborazione con gli attori locali rappresenta un altro elemento fondamentale del modello rigenerativo, ma comporta anch'essa alcune difficoltà organizzative. Il successo delle attività proposte dipende infatti dalla qualità delle relazioni tra il campeggio, l'Office de Tourisme, le imprese partner e le istituzioni territoriali. Un coordinamento insufficiente potrebbe limitare

l'efficacia della promozione turistica e ridurre le opportunità offerte ai visitatori. La riuscita di iniziative come i pot d'accueil o il mercato dei produttori locali dipende anch'essa dalla capacità dei diversi attori di collaborare e di mantenere una dinamica comune.

Infine, il turismo rigenerativo richiede un cambiamento culturale che coinvolge sia i professionisti sia i turisti. Le strutture ricettive devono sensibilizzare la clientela al rispetto dell'ambiente senza compromettere la qualità del soggiorno, mentre i visitatori sono chiamati ad adottare comportamenti più responsabili attraverso il rispetto degli spazi naturali, il consumo di prodotti locali e la partecipazione ad attività che valorizzano il territorio.

Nel complesso, il modello rigenerativo rappresenta una prospettiva promettente per il futuro del turismo, ma la sua realizzazione concreta richiede tempo, investimenti e una forte cooperazione tra tutti gli attori coinvolti. L'esperienza del Camping International du Sierroz dimostra che questa evoluzione è già in corso, ma evidenzia anche la necessità di continuare a innovare e ad adattarsi ai cambiamenti del settore turistico.

Questa riflessione mostra che il turismo rigenerativo non costituisce una soluzione immediata, ma piuttosto un processo di miglioramento continuo che richiede l'impegno congiunto delle strutture ricettive, delle istituzioni territoriali e dei visitatori stessi.

4. Raccomandazioni e prospettive di sviluppo

4.1. Proposte di miglioramento della strategia rigenerativa

L'analisi realizzata nel corso di questo rapporto mostra che il Camping International du Sierroz possiede già numerosi elementi compatibili con un approccio di turismo rigenerativo. La qualità dell'accoglienza, la valorizzazione del territorio, la collaborazione con gli operatori locali e la posizione privilegiata della struttura costituiscono infatti solide basi per uno sviluppo turistico responsabile. Tuttavia, alcune iniziative potrebbero rafforzare ulteriormente questa strategia e migliorare l'esperienza proposta ai visitatori.

Una prima possibilità riguarda il potenziamento della comunicazione sulle iniziative già esistenti. Durante il soggiorno, molti clienti non conoscono tutte le opportunità offerte dal territorio né le azioni sviluppate dal campeggio per promuovere un turismo più sostenibile. Una comunicazione più visibile, attraverso pannelli informativi, QR Code, schermi digitali o documentazione multilingue, potrebbe aumentare la consapevolezza dei visitatori e valorizzare maggiormente l'impegno della struttura.

Un secondo asse di miglioramento riguarda la valorizzazione ancora più forte dei partner locali. Il campeggio collabora già con numerosi operatori della destinazione, ma potrebbe sviluppare formule che facilitino ulteriormente l'accesso a queste attività. Ad esempio, la creazione di un « Pass Découverte » o di offerte combinate che associno soggiorno e attività locali permetterebbe di semplificare l'organizzazione delle vacanze e di incentivare la scoperta del territorio.

Anche la digitalizzazione dell'accoglienza rappresenta una prospettiva interessante. Lo sviluppo di una piattaforma digitale o di un'applicazione dedicata potrebbe consentire ai clienti di consultare il programma delle attività, prenotare escursioni presso i partner, ricevere notifiche sugli eventi della destinazione e accedere facilmente a mappe interattive e itinerari consigliati. Questo strumento migliorerebbe la qualità del servizio senza sostituire il contatto umano, che rimane uno dei punti di forza della reception.

Durante il mio tirocinio ho osservato che molti visitatori cercavano informazioni concentrate in un unico punto e apprezzavano particolarmente le indicazioni semplici e facilmente accessibili. Una piattaforma digitale potrebbe quindi facilitare l'accesso alle informazioni turistiche e migliorare ulteriormente l'esperienza dei clienti, soprattutto per la clientela internazionale.

Un'altra proposta potrebbe riguardare una valorizzazione ancora più visibile dei prodotti locali e del patrimonio gastronomico savoiardo. Attraverso una comunicazione più efficace sul mercato dei produttori già organizzato durante la stagione estiva, la promozione delle specialità regionali e collaborazioni più strette con i produttori del territorio, il campeggio potrebbe favorire ulteriormente l'incontro tra visitatori e attori economici locali, contribuendo così alla valorizzazione delle tradizioni e dell'economia territoriale.

Durante il mio tirocinio ho potuto constatare che molti clienti erano interessati ai prodotti tipici e alle specialità locali, ma spesso non conoscevano i luoghi migliori dove acquistarli. Una migliore informazione su questi aspetti potrebbe arricchire ulteriormente l'esperienza del soggiorno e rafforzare il legame tra il turista e il territorio.



Fotografia del mercato locale di Aix-les-Bains

Un'altra prospettiva potrebbe riguardare lo sviluppo di contenuti multilingue più completi destinati alla clientela internazionale. Durante il mio tirocinio ho osservato che molti clienti stranieri apprezzavano particolarmente le informazioni semplici e facilmente accessibili. Una documentazione disponibile in diverse lingue o strumenti digitali tradotti potrebbero facilitare ulteriormente l'organizzazione del soggiorno.

Infine, il campeggio potrebbe sviluppare attività di sensibilizzazione dedicate alla tutela dell'ambiente e della biodiversità locale, coinvolgendo sia gli adulti sia i bambini. Escursioni naturalistiche, incontri con associazioni ambientali o laboratori educativi permetterebbero di rafforzare la dimensione pedagogica del soggiorno e di diffondere una maggiore consapevolezza sulle ricchezze naturali del territorio.

Queste attività sarebbero particolarmente coerenti con l'immagine naturale della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes e contribuirebbero a rafforzare il legame tra i visitatori e l'ambiente che li ospita.

Nel complesso, queste proposte non richiedono necessariamente profonde trasformazioni della struttura, ma si basano soprattutto sul rafforzamento delle iniziative già esistenti e sulla valorizzazione delle risorse disponibili nella destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Esse potrebbero contribuire a consolidare il ruolo del Camping International du Sierroz come attore impegnato nello sviluppo di un turismo sempre più sostenibile e rigenerativo.

4.2.Prospettive di evoluzione a medio e lungo termine

L'evoluzione del settore turistico osservata negli ultimi anni lascia prevedere che le tematiche legate alla sostenibilità, alla valorizzazione del territorio e alla qualità dell'esperienza continueranno ad assumere un'importanza crescente. In questo contesto, il turismo rigenerativo appare come una prospettiva particolarmente interessante sia per il Camping International du Sierroz sia per la destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

Le nuove generazioni di viaggiatori mostrano infatti una crescente sensibilità verso le questioni ambientali e sociali. Sempre più turisti desiderano vivere esperienze autentiche, entrare in contatto con il territorio e contribuire positivamente alla destinazione visitata. Questa evoluzione delle aspettative dovrebbe continuare a influenzare il mercato turistico nei prossimi anni, incoraggiando le strutture ricettive a sviluppare offerte sempre più orientate verso la sostenibilità e la valorizzazione delle risorse locali.

Secondo ONU Turismo, le destinazioni che sapranno integrare efficacemente la tutela dell'ambiente, il coinvolgimento delle comunità locali e l'innovazione nei servizi turistici saranno maggiormente preparate ad affrontare le trasformazioni future del settore.

Per il Camping International du Sierroz, queste evoluzioni rappresentano un'opportunità importante. Grazie alla sua posizione privilegiata sulle rive del lago del Bourget, alla vicinanza della ViaRhôna, al marchio « Accueil Vélo » e alla collaborazione con numerosi operatori locali, la struttura dispone già di numerosi elementi compatibili con le future tendenze del turismo.

La crescente diffusione del cicloturismo e delle forme di mobilità dolce rappresenta inoltre una prospettiva particolarmente favorevole per la struttura. La presenza della ViaRhôna, il marchio « Accueil Vélo » e gli emplacements dedicati ai viaggiatori in bicicletta costituiscono infatti elementi che potrebbero acquisire un'importanza ancora maggiore nei prossimi anni.

Nel corso del mio tirocinio ho potuto constatare che molti clienti erano particolarmente interessati alle attività di piena natura, alla scoperta del territorio e alle esperienze locali. Questa osservazione conferma che il campeggio si trova già in una posizione favorevole per rispondere alle evoluzioni della domanda turistica.

Anche la destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes sembra possedere numerosi punti di forza per accompagnare questa trasformazione. La presenza del lago del Bourget, delle montagne circostanti, delle infrastrutture dedicate alla mobilità dolce e di una vasta rete di operatori turistici favorisce infatti lo sviluppo di un turismo basato sulla natura, sul benessere e sulla valorizzazione delle risorse locali.

Le prospettive future dipenderanno tuttavia dalla capacità degli attori del territorio di continuare a collaborare. Il successo del turismo rigenerativo richiede infatti una cooperazione costante tra strutture ricettive, istituzioni pubbliche, imprese locali, associazioni e visitatori. Questa collaborazione rappresenta una condizione essenziale per garantire uno sviluppo turistico equilibrato e duraturo.

In questo contesto, il ruolo svolto dall'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes e dalla Communauté d'Agglomération Grand Lac continuerà ad essere fondamentale per coordinare gli operatori locali e accompagnare l'evoluzione del territorio verso modelli turistici più sostenibili e collaborativi.

L’innovazione digitale potrebbe inoltre svolgere un ruolo sempre più importante nei prossimi anni. Strumenti digitali, applicazioni mobili e piattaforme di informazione potrebbero facilitare l’accesso ai servizi turistici, migliorare l’esperienza dei visitatori e rafforzare il collegamento tra il campeggio e il territorio. Tuttavia, sarà fondamentale preservare la qualità dell’accoglienza umana, che costituisce uno dei principali punti di forza osservati durante il mio stage.

Nel complesso, il turismo rigenerativo non appare come una semplice tendenza temporanea, ma come una possibile evoluzione del modello turistico tradizionale. L’esperienza del Camping

International du Sierroz dimostra che molte delle pratiche associate a questo approccio sono già presenti e possono essere ulteriormente sviluppate nel futuro.

Questa prospettiva conferma che l'evoluzione del campeggio verso un modello più vicino ai principi del turismo rigenerativo rappresenta una risposta pertinente alle nuove aspettative della clientela e una reale opportunità di sviluppo per il territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes.

CONCLUSIONE

Il presente rapporto aveva come obiettivo quello di rispondere alla seguente problematica: in che modo l'evoluzione del Camping International du Sierroz verso un modello di turismo rigenerativo consente di rispondere alle nuove aspettative della clientela, contribuendo al tempo stesso allo sviluppo del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes?

L'analisi condotta ha permesso di evidenziare come il settore turistico stia attraversando una profonda trasformazione. I viaggiatori ricercano sempre più esperienze autentiche, un contatto diretto con il territorio e forme di turismo capaci di generare un impatto positivo sull'ambiente e sulle comunità locali. In questo contesto, il turismo rigenerativo rappresenta una prospettiva di sviluppo particolarmente interessante per le strutture ricettive.

L'esperienza svolta presso il Camping International du Sierroz mi ha permesso di osservare come questa evoluzione sia già in atto. Attraverso la valorizzazione delle risorse locali, la collaborazione con numerosi partner del territorio, la promozione della mobilità dolce, la diversificazione dell'offerta e la qualità dell'accoglienza, il campeggio contribuisce non solo alla soddisfazione della clientela, ma anche allo sviluppo turistico del territorio di Aix-les-Bains Riviera des Alpes. Sebbene non tutte queste iniziative siano state concepite inizialmente come azioni di turismo rigenerativo, esse ne condividono numerosi principi fondamentali.

L'analisi ha tuttavia evidenziato anche alcuni limiti. Lo sviluppo di un modello pienamente rigenerativo richiede infatti investimenti, una strategia condivisa tra i diversi attori del territorio, un coinvolgimento ancora maggiore della clientela e un processo di miglioramento continuo. Il turismo rigenerativo non rappresenta quindi un obiettivo già raggiunto, ma piuttosto un percorso di evoluzione che richiede tempo, coordinamento e capacità di adattamento.

Dal punto di vista personale, questo tirocinio ha rappresentato un'esperienza particolarmente formativa. Mi ha permesso di sviluppare competenze tecniche, organizzative e relazionali, di acquisire una migliore conoscenza del settore turistico e di comprendere concretamente il funzionamento di una struttura ricettiva. Il contatto quotidiano con una clientela internazionale ha inoltre rafforzato le mie capacità di comunicazione, di adattamento e di gestione delle diverse situazioni professionali.

Infine, questo lavoro dimostra come il turismo rigenerativo possa costituire una reale opportunità di sviluppo per le destinazioni turistiche, a condizione che venga integrato in una strategia globale e condivisa. In un contesto in cui le aspettative dei visitatori continuano ad evolvere, le strutture

ricettive saranno sempre più chiamate a conciliare competitività economica, qualità dell'esperienza offerta e valorizzazione sostenibile del territorio. Il Camping International du Sierroz dispone già di solide basi per proseguire questa evoluzione e potrà, negli anni a venire, rafforzare ulteriormente il proprio ruolo come attore dello sviluppo turistico locale.

BIBLIOGRAFIA

Fonti istituzionali

Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. *Camping International du Sierroz*. Disponibile su: https://www.aixlesbains-rivieradesalpes.com/camping-international-du-sierroz/. Consultato il **12 maggio 2026**.

Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. *Sito ufficiale della destinazione Aix-les-Bains Riviera des Alpes*. Disponibile su: https://www.aixlesbains-rivieradesalpes.com. Consultato il **18 maggio 2026**.

Communauté d'Agglomération Grand Lac. *Sito ufficiale*. Disponibile su: https://www.grand-lac.fr. Consultato il **20 maggio 2026**.

INSEE. *Fréquentazione dei campeggi in Francia nel 2024*. Disponibile su: https://www.insee.fr. Consultato il **28 maggio 2026**.

Atout France. *Le tourisme en France – Chiffres clés*. Disponibile su: https://www.atout-france.fr. Consultato il **3 giugno 2026**.

Banque de France. *Le tourisme international en France*. Disponibile su: https://www.banque-france.fr. Consultato il **5 giugno 2026**.

ONU Turismo (UN Tourism). *Tourism and Sustainable Development*. Disponibile su: https://www.unwto.org. Consultato il **9 giugno 2026**.

France Vélo Tourisme. *Label Accueil Vélo*. Disponibile su: https://www.francevelotourisme.com. Consultato il **11 giugno 2026**.

ViaRhôna. *ViaRhôna – Du Léman à la Méditerranée*. Disponibile su: https://www.viarhona.com. Consultato il **14 giugno 2026**.

Rapporti e studi

Booking.com. *Sustainable Travel Report 2024*. Disponibile su: https://globalnews.booking.com/download/bookingcom-sustainable-travel-report-2024/. Consultato il **30 aprile 2026**.

Atout France. *Le tourisme durable en France*. Disponibile su: https://www.atout-france.fr. Consultato il **7 maggio 2026**.

Documenti interni dell'organizzazione

Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes. *Documenti interni non pubblicati utilizzati durante il tirocinio* :

- Organigramma funzionale dell'Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes.
- Organizzazione interna del Camping International du Sierroz (Holaspirit).
- Schede delle mansioni del personale del campeggio.
- Elenco dei partner del Camping International du Sierroz.
- Questionario di soddisfazione della clientela – Piazzole.
- Questionario di soddisfazione della clientela – Alloggi locativi.
- Documentazione interna relativa all'accoglienza e alle procedure operative.
- Materiale promozionale distribuito presso la reception.

> Nota sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale

Nel corso della redazione del presente rapporto è stato utilizzato uno strumento di intelligenza artificiale esclusivamente come supporto linguistico, per suggerire alcune riformulazioni, migliorare la fluidità di determinate frasi e correggere eventuali errori ortografici o grammaticali. L'analisi, i contenuti, le osservazioni, le riflessioni e le conclusioni presentate sono frutto del mio lavoro personale e della mia esperienza di tirocinio.

Allegato 1 : Organigramma funzionale dell'agenzia Aix-les-Bains Riviera des Alpes

holaspirit by talkspirit

Agence Aix les Bains Riviera des Alpes

22 juin 2026 14 rôles

- Accueil au quotidien de nos clients (rôle transversal) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Camping (cercle) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel
- Chargé de communication (rôle transversal) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Facilitateur Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Gestion administrative Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Gestion des ressources techniques (rôle transversal) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Gestionnaire exploitation Camping Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Leader de Cercle Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Responsable technique Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Référent (rôle transversal) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Référente accueil pour les saisonniers Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Secrétaire Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Showroom et visibilité Créateurs (rôle transversal) Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping
- Sécurité Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping

Allegato 2 : Scheda delle responsabilità del Camping International du Sierroz

Camping (cercle)

Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel

RAISON D'ÊTRE :

Répondre aux besoins d'hébergement en hôtellerie de plein air pour le compte de la ville d'Aix les Bains

DOMAINES :

Aucun(e)

REDEVABILITÉS :

• Commercialiser des hébergements et des séjours pour répondre à différentes typologies de clientèle
• Suivre et analyser les données d'activité pour optimiser le remplissage
• Définir un plan d'actions commerciales et le mettre en œuvre
• Veiller à la satisfaction client et à l'e-réputation du camping
• Proposer à la ville un budget annuel de fonctionnement
• Définir les investissements pour maintenir la qualité des prestations et des services
• Gérer le camping pour le compte de la ville d'Aix les Bains
• Développer des offres de service adaptées aux typologies de clientèle
• Mettre en place des améliorations qui répondent à la politique environnementale de l'Agence

STRATÉGIE

Aucun(e)

Allegato 3 : Scheda delle missioni del servizio di accoglienza

Accueil au quotidien de nos clients rôle transversal: de Expérience client

Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping

MEMBRES :

• Mikaela Dunand
• Amélie Déclochez
• Nathalie Perrin

RAISON D'ÊTRE :

Satisfaction dans nos lieux de réception clients (hors bit)

DOMAINES :

Aucun(e)

REDEVABILITÉS :

• Accueillir et répondre aux attentes clients sur site
• Répondre aux attentes clients via nos supports de com : mails, téléphone et courrier
• Appliquer la charte d'accueil
• Accueillir les prestataires et les livraisons de colis
• Délivrer des informations touristiques fiables, personnalisées et à jour
• Organiser les pots d'accueil chaque lundi entre juin et septembre
• Gérer les réservations
• Organiser le marché des producteurs chaque jeudi entre juin et septembre
• Réceptionner les appels entrants
• Planifier les check-out et contrôler les logements

STRATÉGIE

Aucun(e)

Allegato 4 : Scheda delle missioni del responsabile della comunicazione

Chargé de communication rôle transversal: de Marketing & Communication

Grand lac > Agence Aix Riviera > Opérationnel > Camping

MEMBRES :

• Amélie Déclochez

RAISON D'ÊTRE :

Une communication efficace et cohérente pour les projets de l'entreprise.

DOMAINES :

Aucun(e)

REDEVABILITÉS :

• Développer et mettre en œuvre un plan de communication globale en alignement avec la stratégie marketing/communication.
• Gérer et coordonner l'utilisation des différents canaux de communication pour diffuser les messages des projets et thématiques de l'entreprise.
• Produire du contenu varié et engageant pour communiquer autour de leur périmètre.
• Suivre les performances des campagnes de communication, analyser les retombées et les feedbacks, et ajuster les stratégies en conséquence pour maximiser l'impact.
• Assurer une cohérence entre la communication du camping et la communication du territoire en lien avec Marketing & Communication , portée par l'agence
• Proposer des offres commerciales
• Développer des animations partenaires en lien avec Connaissance des acteurs & de leurs activités pour apporter de la vie et du lien sur le site
• Développer de nouveaux clients et fidéliser la clientèle existante
• Surveiller de manière proactive l'image et les commentaires du camping sur les plateformes en ligne, en répondant rapidement et efficacement aux avis, en veillant à maintenir une réputation positive

STRATÉGIE

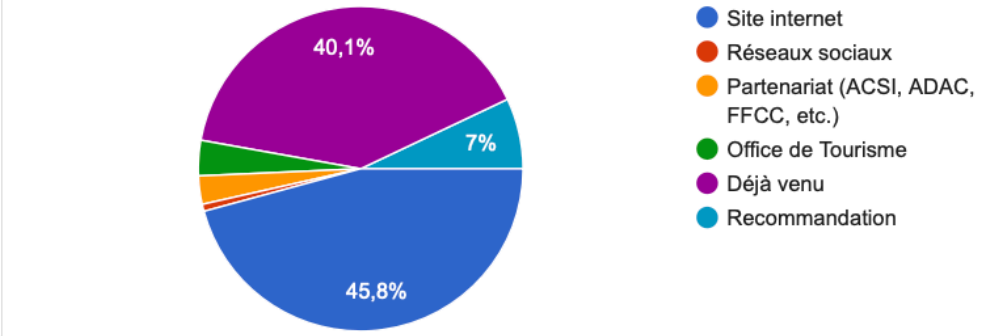
Aucun(e)

Allegato 5 : Questionario di soddisfazione della clientela - Piazzole

Comment nous avez-vous connu ?

Copier le graphique

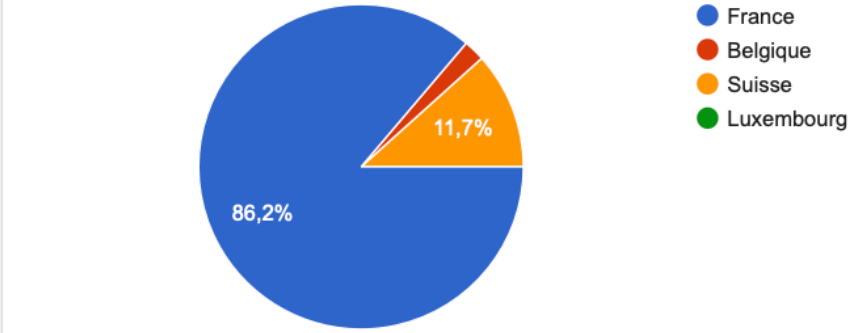
284 réponses



Dans quel pays francophone habitez-vous ?

Copier le graphique

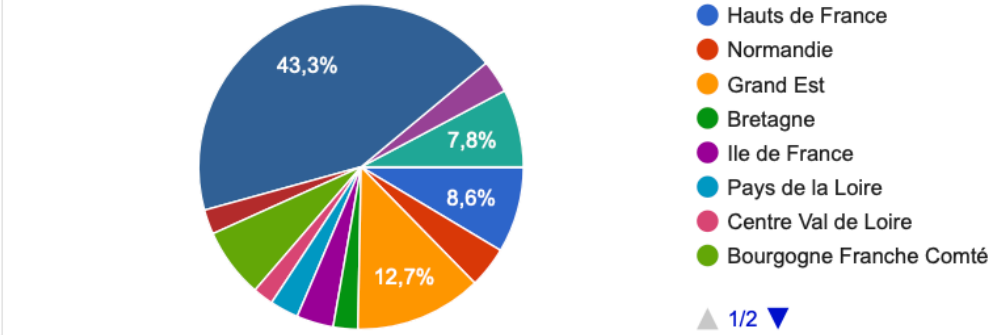
283 réponses



De quelle région venez-vous ?

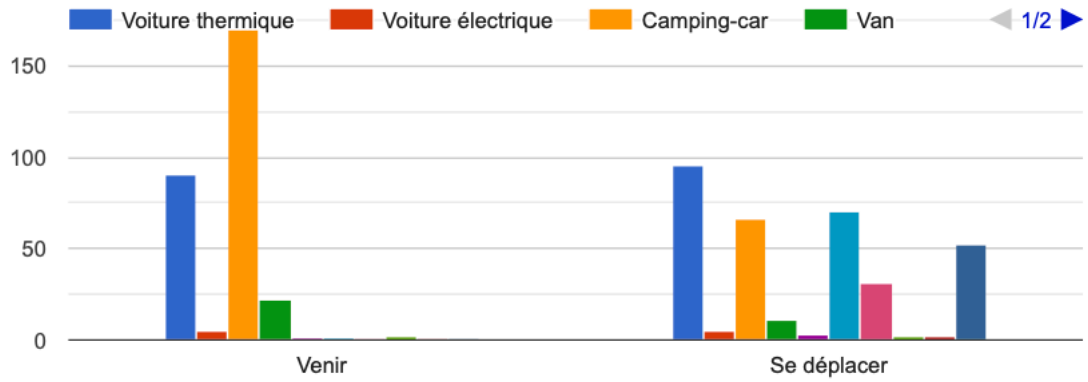
Copier le graphique

245 réponses



Par quel moyen de transport êtes-vous venus au camping et comment vous êtes-vous déplacés sur place ?

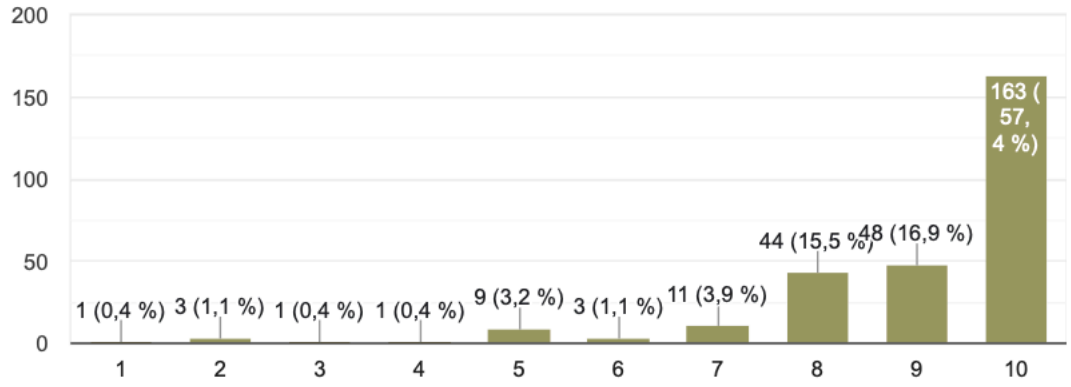
Copier le graphique



Avez-vous été satisfait de notre accueil ?

Copier le graphique

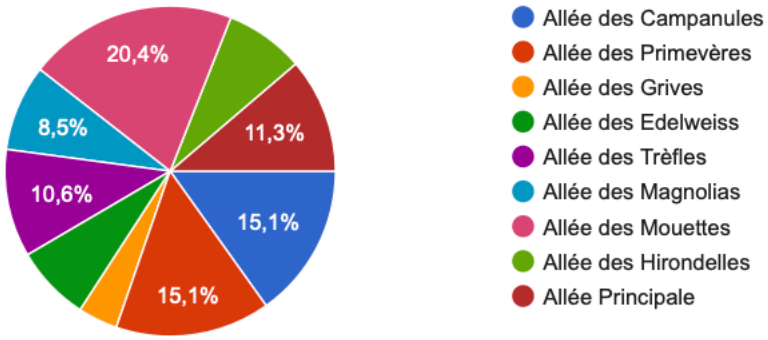
284 réponses



Dans quelle allée avez-vous séjourné au camping ?

Copier le graphique

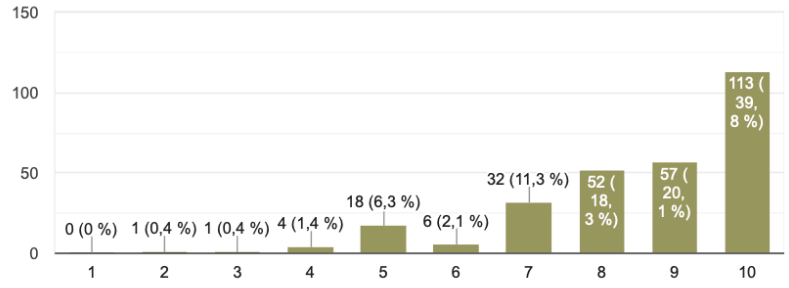
284 réponses



Comment jugez-vous la qualité des équipements ? (borne de services, aire de vidange)

Copier le graphique

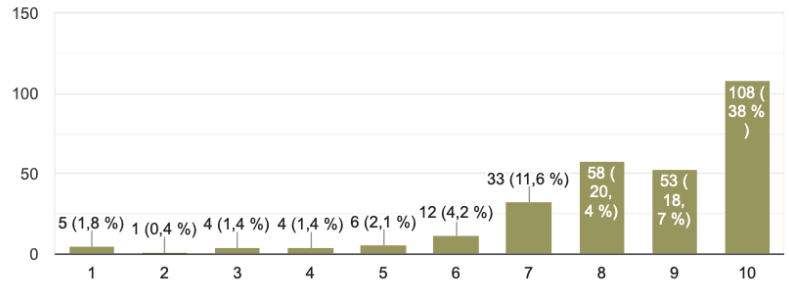
284 réponses



Avez-vous été satisfait de la propreté du bloc sanitaire ?

Copier le graphique

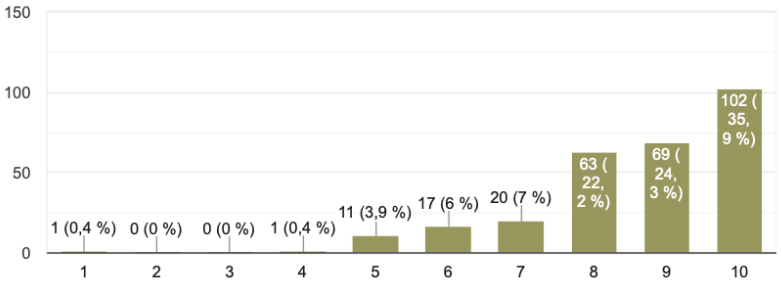
284 réponses



Comment jugez-vous l'entretien des espaces verts ?

Copier le graphique

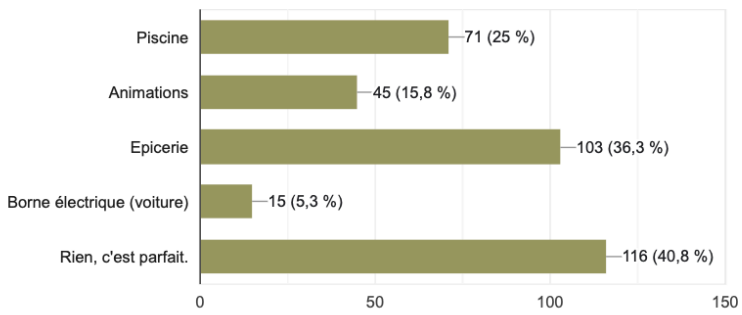
284 réponses



Quels services auriez-vous aimé trouver au camping ?

Copier le graphique

284 réponses

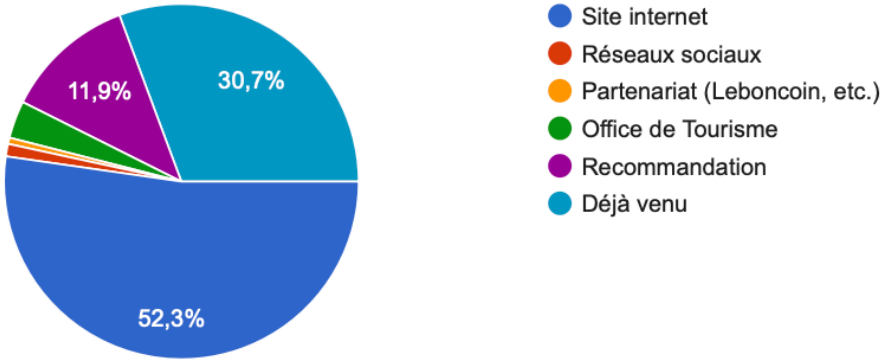


Allegato 6 : Questionario di soddisfazione della clientela - Allogi locativi

Comment nous avez-vous connu ?

Copier le graphique

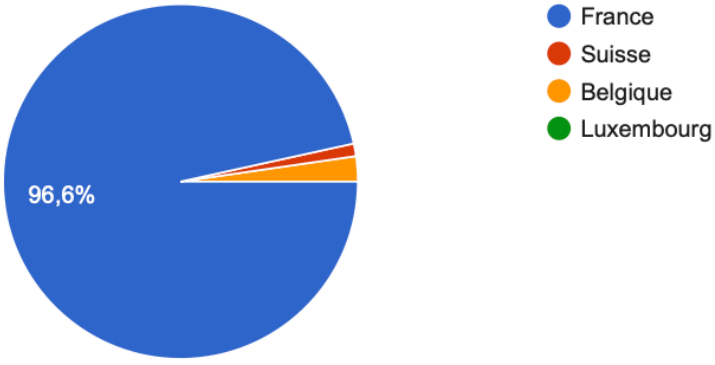
176 réponses



Dans quel pays francophone habitez-vous ?

Copier le graphique

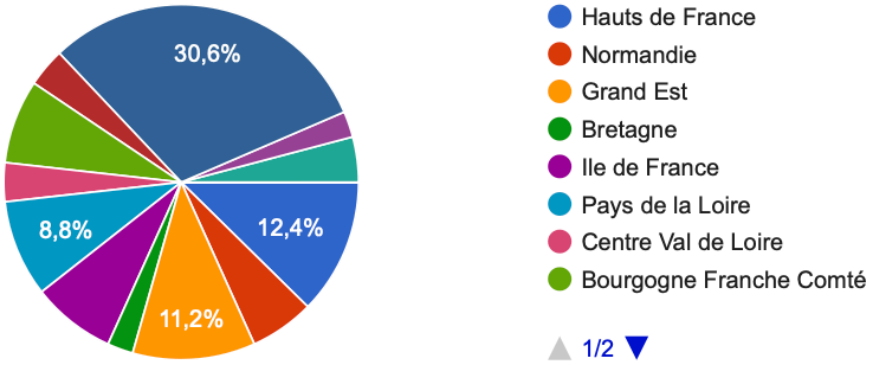
174 réponses



De quelle région venez-vous ?

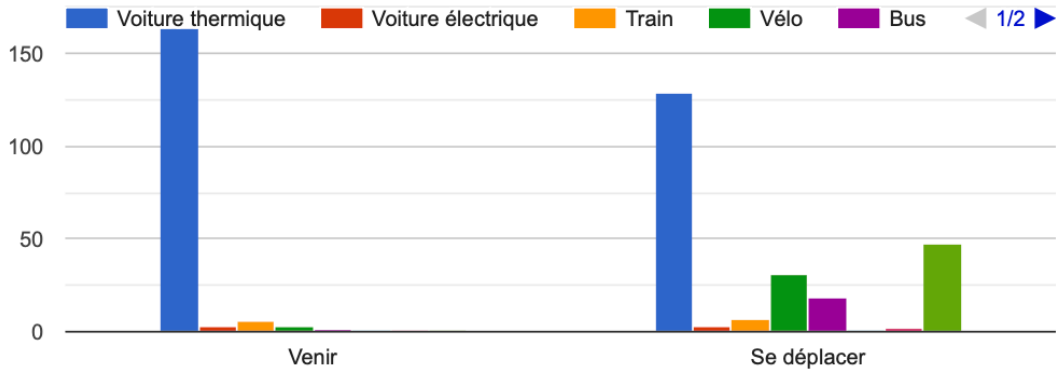
Copier le graphique

170 réponses



Par quel moyen de transport êtes-vous venus au camping et comment vous êtes-vous déplacés sur place ?

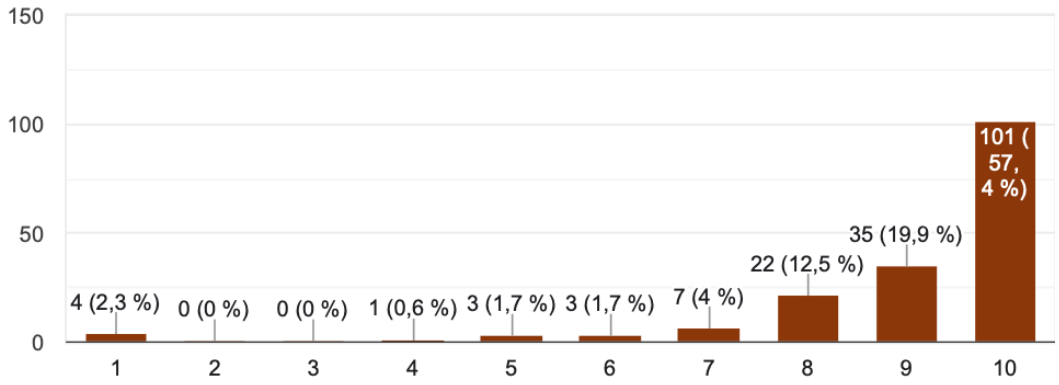
Copier le graphique



Avez-vous été satisfait de notre accueil ?

Copier le graphique

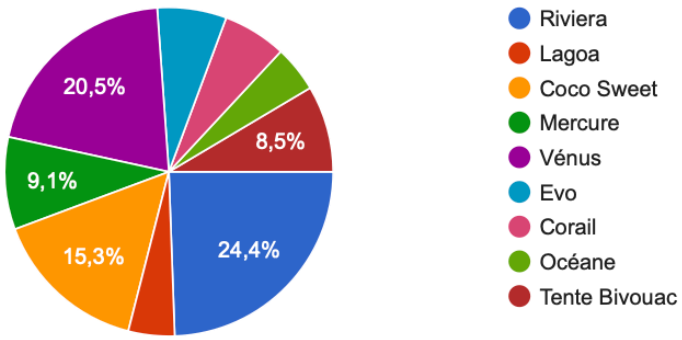
176 réponses



Dans quel locatif avez-vous séjourné au camping ?

Copier le graphique

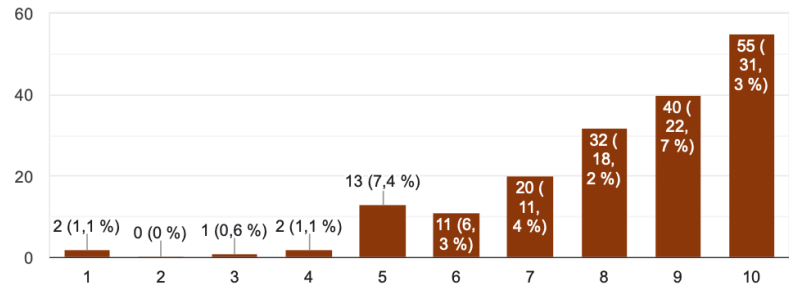
176 réponses



Comment jugez-vous la qualité des équipements de votre locatif ?

Copier le graphique

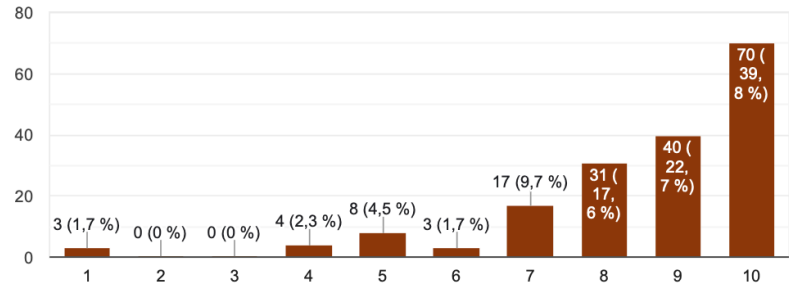
176 réponses



Avez-vous été satisfait de la propreté de nos locatifs ?

Copier le graphique

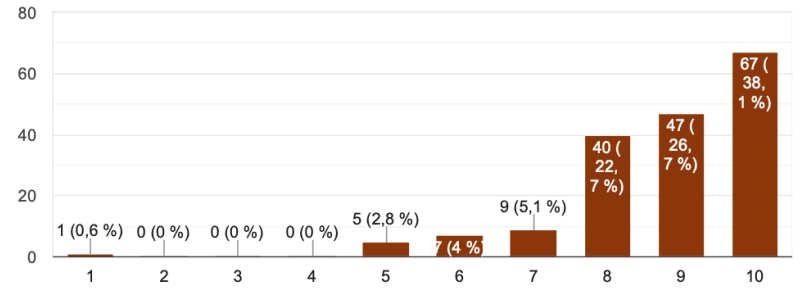
176 réponses



Comment jugez-vous l'entretien des espaces verts ?

Copier le graphique

176 réponses



Quels services auriez-vous aimé trouver au camping ?

Copier le graphique

176 réponses

