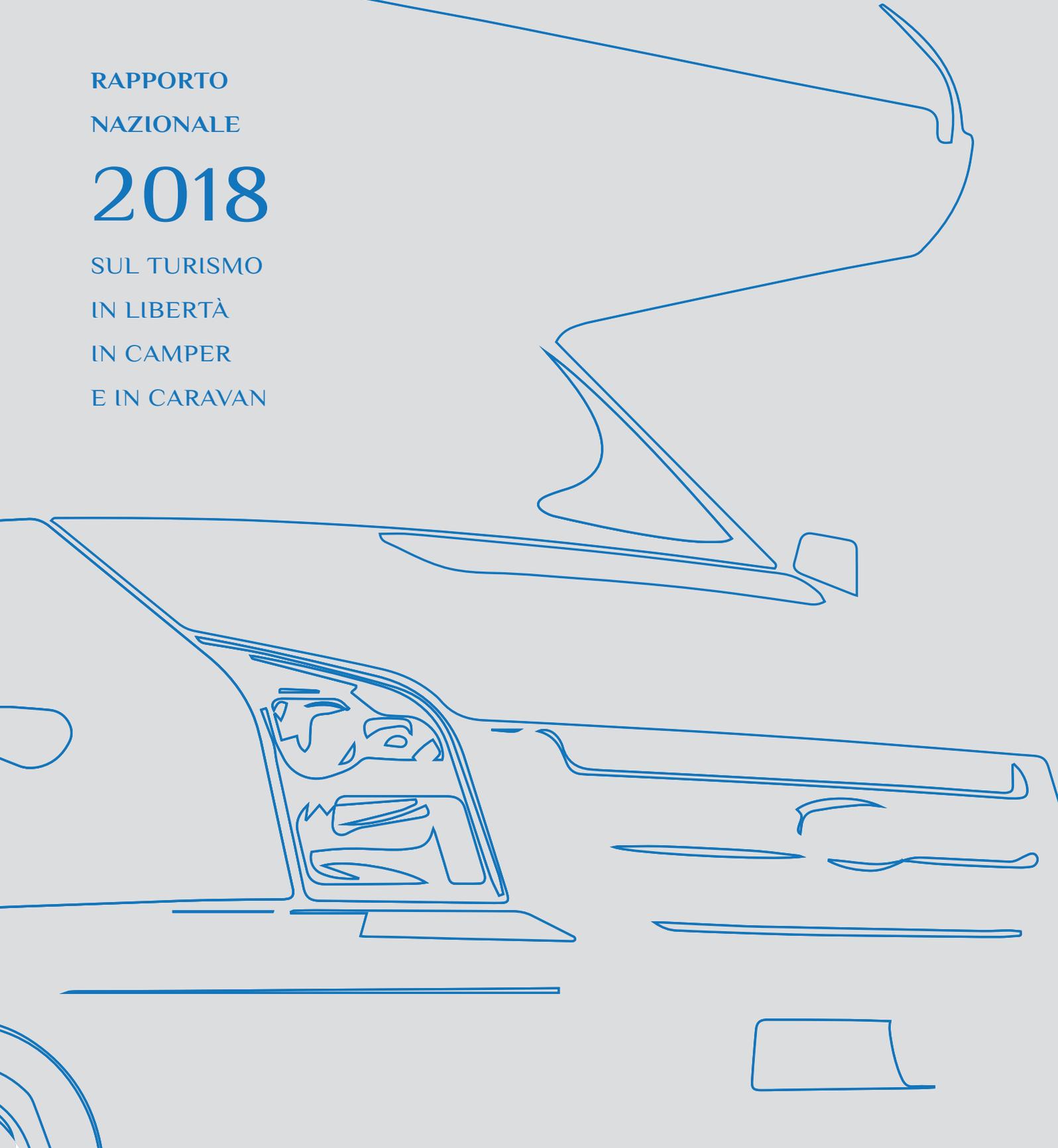




Annual Report

RAPPORTO
NAZIONALE
2018
SUL TURISMO
IN LIBERTÀ
IN CAMPER
E IN CARAVAN



Ho il piacere di presentare la VII edizione del Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan, la pubblicazione istituzionale più autorevole di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, realizzata in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Il volume rappresenta il punto di riferimento per l'industria del caravanning, fornendo ogni anno un'analisi completa e aggiornata del mercato dei Veicoli Ricreazionali, dei flussi turistici e della ricettività in libertà in Italia e in Europa.

In qualità di Presidente di APC desidero quindi ringraziare istituzioni, enti e privati che con passione e impegno sostengono l'operato dell'Associazione, contribuendo a favorire il rilancio e la crescita di questo importante comparto produttivo. Parliamo infatti di un settore che coinvolge oltre 7.000 persone addette e genera un fatturato annuo superiore a un miliardo di euro, facendo rientrare l'Italia tra i migliori produttori europei con circa 21.720 autocaravan prodotti nel 2017 (+43,4% vs. 2016) e 5.099 nuovi immatricolati (+20% circa rispetto all'anno precedente). Ma non solo, secondo le ultime stime, circa 8,4 milioni di turisti, tra stranieri e italiani, hanno visitato nel 2016 l'Italia a bordo dei Veicoli Ricreazionali, con un incremento del +3,7% rispetto al 2015, a testimonianza dell'importanza del Turismo in Libertà quale risorsa per lo sviluppo economico del nostro Paese.

Numeri di assoluto valore nello scenario turistico nazionale, se si pensa che questi flussi, i quali da soli rappresentano il 7,2% degli arrivi totali nel nostro Paese, generano a loro volta un fatturato complessivo di 2,9 miliardi di euro, per un totale di circa 54 milioni di notti.

Ulteriore conferma del crescente interesse verso questa tipologia di vacanza, arriva anche dagli eccezionali risultati del Salone del Camper. Nell'edizione 2017, oltre 132.000 visitatori (+4,3% vs. 2016) hanno ammirato nei 9 giorni di manifestazione più di 700 veicoli presentati dagli oltre 300 espositori nei 138.000 mq. di area espositiva totale. Una straordinaria partecipazione che consacra la Fiera di Parma come principale manifestazione del settore in Italia e seconda al mondo.

In prima linea per il sostegno di questa filiera, APC opera ormai da 40 anni per incrementare l'attrattività turistica e camperistica d'Italia attraverso molteplici azioni sistematiche in sinergia con tutti i livelli istituzionali e in armonia sia con le linee guida del MIBACT-Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo sulla sostenibilità e promozione della cultura, sia con le opportunità legate alla "quarta rivoluzione industriale", indicate



Simone Niccolai

Presidente APC
Associazione Produttori Caravan e Camper

dal Piano Nazionale Industria 4.0 del MISE-Ministero dello Sviluppo Economico. In merito, il focus di approfondimento di questo Rapporto, verte sulla proposta di realizzazione di un'area di sosta digitale 4.0, applicando la metodologia BIM-Building Information Modeling.

Tra gli altri interventi di APC, oltre alle strategiche attività di lobbying parlamentare e alle partnership con prestigiose realtà museali italiane allo scopo di rafforzare il rapporto tra cultura e Turismo in Libertà, vi è il tradizionale Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" che prevede un contributo economico agli enti locali per la realizzazione di aree di sosta innovative ed ecosostenibili, grazie al quale sono state create a oggi 44 nuove aree in tutta la Penisola.

L'implementazione di un sistema ricettivo sempre più all'avanguardia, come illustrato nei capitoli dedicati all'Osservatorio del Turismo in Libertà nelle regioni italiane, abbinato a uno straordinario territorio con infiniti tesori nascosti, rende l'Italia la meta ideale per essere scoperta in camper, caravan o tenda. Siamo quindi entusiasti di proseguire la nostra attività per diffondere la cultura del Turismo in Libertà, favorendo la crescita del sistema turistico italiano e dell'industria a esso collegata.

CAPITOLO 1

IL MONDO APC - ASSOCIAZIONE PRODUTTORI CARAVAN E CAMPER

1.1	Il Turismo in Libertà in Italia	6
1.2	APC: storia, missione, valori	6
1.3	I numeri di APC	7
1.4	Le attività promosse e gli ambiti di azione del Piano Programmatico APC	7
1.5	Il Salone del Camper	9
1.6	La sesta edizione del Rapporto Nazionale	11

Key Points	12
------------	----

CAPITOLO 2

IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI IN ITALIA E IN EUROPA

2.1	Il contesto socio-economico	14
2.2	L'andamento dei segmenti autocaravan e caravan in Italia e in Europa	14
2.3	Il parco circolante in Italia	17
2.4	Le immatricolazioni di autocaravan e di caravan nelle Regioni italiane	18

Key Points	20
------------	----

CAPITOLO 3

AUTOCARAVAN: NUOVO E USATO ANALISI DEMOGRAFICA

3.1	I dati quantitativi: nuove immatricolazioni autocaravan	22
3.2	I dati quantitativi: compravendita autocaravan usati	24
3.3	Analisi demografica: nuovo	26
3.4	Analisi demografica: usato	27

Key Points	28
------------	----

CAPITOLO 4

IL TURISMO IN LIBERTÀ IN EUROPA E IN ITALIA

4.1	Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei	30
4.2	Il Turismo in Libertà in Italia nel 2016	35
4.3.	Il Turismo in Libertà degli italiani all'estero nel 2016	39

Key points	42
------------	----

CAPITOLO 5

L'OSSERVATORIO SUL TURISMO IN LIBERTÀ NELLE REGIONI ITALIANE

5.1	Gli obiettivi dell'Osservatorio	44
5.2	Gli indicatori utilizzati	44
5.3	I valori di turisticità in libertà	44
5.4	Gli indici di ricettività del Turismo in Libertà	46
5.5	Il grado di sensibilità verso il Turismo in Libertà	48
5.6	Considerazioni conclusive	49

Key Points	50
------------	----

CAPITOLO 6

ANALISI DELLA RETE TURISTICO-RICETTIVA

6.1	L'ospitalità itinerante in libertà in Italia	52
6.2	Le strutture ricettive a livello regionale	53
6.3	Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà"	56
6.4	Modelli di marketing territoriale	56
6.5	Il fatturato generato	57
6.6	Il quadro normativo italiano e regionale	58

Key Points	60
------------	----

ALLEGATO

AREA DI SOSTA DIGITALE 4.0 STRATEGIE DI SVILUPPO E PRODOTTI INNOVATIVI PER L'ACCOGLIENZA DEI TURISTI IN LIBERTÀ 4.0

7.1	Premessa	pag.62
7.2	Innovazione e attualità della propositan	pag.62
7.3	Area di sosta digitale 4.0	pag.63
7.4	Prospettive e sviluppi futuri	pag.65
7.5	Automazione digitale per l'industria dell'accoglienza	pag.66

1.

IL MONDO APC ASSOCIAZIONE PRODUTTORI CARAVAN E CAMPER



1.1 Il Turismo in Libertà in Italia

L'Italia, luogo dallo straordinario patrimonio storico culturale e dalle eccezionali risorse naturali e paesaggistiche, oltre a essere una delle mete più desiderate a livello mondiale, si conferma una destinazione prediletta per il Turismo in Libertà, grazie anche a un efficiente sistema ricettivo all'aria aperta che permette di scoprire ogni angolo del Belpaese in completa autonomia e con ogni comfort.

Come dimostrano i dati di settore, le vacanze sulle quattro ruote sono in continua ascesa: secondo le ultime stime, circa 8,4 milioni di turisti, tra stranieri e italiani, hanno visitato nel 2016 l'Italia a bordo dei Veicoli Ricreazionali, con un incremento del +3,7% rispetto al 2015. Numeri di assoluto valore, se si pensa che questi flussi, i quali da soli rappresentano il 7,2% degli arrivi totali nel nostro Paese (di cui 7,6% del movimento turistico estero e 6,5% di quello italiano), generano un fatturato complessivo di 2,9 miliardi di euro, per un totale di circa 54 milioni di notti (+1,4% sul 2015, pari al 13,5% delle presenze totali).

Lo rivelano le analisi fornite dal Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, su elaborazione dati Eurostat e Banca d'Italia.

A questi risultati si aggiungono le oltre 7.000 persone addette all'industria del caravanning che a sua volta produce un fatturato annuo superiore a un miliardo di euro, facendo rientrare l'Italia

tra i migliori produttori europei, con circa 21.720 autocaravan prodotti nel 2017 (+43,4% vs. 2016) e 5.099 nuovi immatricolati (+20% circa rispetto all'anno precedente), a testimonianza dell'importanza del Turismo in Libertà quale risorsa per lo sviluppo economico del nostro Paese.

L'espansione di questa filiera produttiva, è obiettivo primario di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper che opera ormai da oltre 40 anni per diffondere la cultura del Veicolo Ricreazionale Made in Italy, attraverso l'implementazione di rapporti con le istituzioni, gli enti e le imprese sia a livello nazionale che internazionale.

1.2 APC: storia, missione, valori

Istituita nel 1977, APC raggruppa e rappresenta le aziende produttrici italiane ed estere del comparto del caravanning. Obiettivo di APC è promuovere la cultura del *camper style*, del turismo *on the road* e della ricettività in libertà.

Nucleo produttivo dell'industria del caravanning è il distretto della Valdelsa, tra Firenze e Siena, a cui si aggiungono gli stabilimenti di Atessa (CH) e di Montone (PG). Fanno parte dell'Associazione una rete di aziende altamente qualificate e attive nella produzione di autocaravan, caravan, carrelli



appendice, autotelai, rimorchi T.A.T.S. (rimorchi con targa per trasporto attrezzature turistiche e sportive), telai per caravan, ganci di traino, componenti e accessori per i Veicoli Ricreazionali.

Simone Niccolai, Consigliere Delegato di Luano Camp, è Presidente di APC da febbraio 2017, mentre André Miethe, Amministratore Delegato di Laika, è stato nominato Vicepresidente e Tesoriere.

1.3 I numeri di APC

APC è formata da 46 imprese associate per un totale di 2.000 dipendenti diretti in Italia, ai quali si aggiungono altri 5.000 addetti nell'intero comparto produttivo.

I soci di APC si suddividono nelle seguenti categorie:

Costruttori italiani di autocaravan:

Arca Camper, Autocaravans Rimor, Blucamp, Laika Caravans, P.L.A., SEA - Società Europea Autocaravan (Elnagh, Mobilvetta, McLouis), Trigano (Caravans International e Roller Team).

Costruttori esteri di autocaravan e caravan:

Adria Mobil, Benimar, Bürstner, Carado, Carthago, Dethleffs, Etrusco, Eura Mobil, Fendt Caravan, Font Vendome, Frankia Pilote, Hobby-Wohnwagenwerk, Hymer, Knaus-Tabbert, Malibù, Niesmann+Bieschoff, Pilote S.A., Rapido, Sunlight, Trigano VDL.

Componentisti:

AL-KO Kober, ArSilicii, CBE, Citroen - PSA Group, CTA, Dimatec, Dometic, Ellebi, Fiamma, Fiat Professional - FCA Group, Hella, Innova, Isabella, Lippert, Project 2000, Tecnoform, Thetford, Top Group, Truma.

Per maggiori informazioni:

www.associazioneproduttoricamper.it

1.4 Le attività promosse e gli ambiti di azione del Piano Programmatico APC

Molteplici le novità e gli ambiti di azione dell'intenso Piano Programmatico finalizzato allo sviluppo del Turismo in Libertà e attuato da APC nel 2017 attraverso il supporto del Marketing Team. Costituito nel 2014, unendo le professionalità degli esperti associati allo scopo di tracciare le linee strategiche per la promozione del settore, il Marketing Team ha generato anche per lo scorso anno, numerose opportunità di crescita per l'industria del caravanning.

Tra gli eventi di maggiore rilievo, la tradizionale partecipazione di APC all'appuntamento più importante del camperismo internazionale: il MELVI, *Meeting of the European Leisure Vehicle Industry*, organizzato dalla ECF-European Caravan Federation e tenutosi a Deauville, in Francia, dal 18 al 20 maggio 2017, durante il quale è intervenuto anche il prof. Paolo Fiamma, responsabile scientifico del Dipartimento DESTeC dell'Università di Pisa, che ha illustrato la ricerca "Il Turismo in Libertà – strategia integrata per lo sviluppo sostenibile del territorio" realizzata in collaborazione con APC.

A livello territoriale, invece, sono state rinnovate diverse collaborazioni con importanti enti regionali e locali, tra cui la Regione Lombardia per la stesura di una nuova normativa regionale sul Turismo in Libertà, con riferimento particolare alle aree di sosta; la Regione Campania per la stesura del Rapporto Regionale Sul Turismo in Libertà in Camper e Caravan 2017; la Regione Sicilia con la partecipazione al convegno "Turismo in Libertà – Strumenti e Opportunità per la valorizzazione degli itinerari naturalistici in Sicilia", ma anche la Regione Marche, la Regione Toscana e la Regione Friuli Venezia Giulia.

Questi interventi si affiancano alle partnership con prestigiose realtà museali italiane allo scopo di rafforzare il rapporto tra cultura e Turismo in Libertà. Tra le novità del 2017 anche il lancio della Gold Card APC.

Gratuita e attivabile tramite il sito dell'Associazione www.associazioneproduttoricamper.it, la carta permette a coloro che la richiedono, di usufruire di sconti e agevolazioni per poter visitare gli enti culturali e museali che hanno stipulato convenzioni



con APC, tra cui il MAEC-Museo dell'Accademia Etrusca e della Città di Cortona e il MANN-Museo Archeologico Nazionale di Napoli.

Anche per il 2017 è stato inoltre riproposto da parte di APC l'ormai tradizionale Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" promosso in collaborazione con ANCI (Associazione Nazionale dei Comuni Italiani), Federterme, Federparchi e FEE (Fondo per l'Educazione Ambientale), allo scopo di erogare contributi economici alle amministrazioni comunali per la realizzazione di aree di sosta per camper multifunzionali ed ecosostenibili.

Ideato nel 2001 e suddiviso in tre principali categorie in base all'area geografica di appartenenza (Nord, Centro, Sud Italia e Isole), il bando si è nelle varie edizioni esteso includendo anche progetti di ristrutturazione e implementazione di aree di sosta già esistenti, fino alla categoria straordinaria riservata ai Comuni Terremotati dal sisma del 2016. Ad oggi, grazie a questa iniziativa sono state realizzate 44 aree di sosta attrezzate distribuite nelle 20 regioni italiane.

Fanno parte del Piano Programmatico anche le attività di lobbying parlamentare. Molti gli incontri organizzati da APC nel corso del 2017 con diversi esponenti politici per favorire l'adozione di misure rivolte al rilancio del comparto, tra cui il Sottosegretario del Ministero dell'Economia e delle Finanze, Paola De Michele, la senatrice Daniela Valentini, il Capo di Gabinetto del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, Mauro Bonaretti, gli Onorevoli Susanna Cenni, Tiziano Arlotti e Mino Taricco, il Senatore Vittorio Fravezzi, e tanti altri.

A questi si aggiungono interventi mirati, come ad esempio la tavola rotonda tenutasi alla Camera dei Deputati a marzo 2017 "Disposizioni in materia di turismo all'aria aperta" proposta dall'onorevole Arlotti, così come la presentazione alla Camera nel disegno di legge C. 4444 di maggio, dell'emendamento 44.03, Art. 44-bis "Disposizioni in materia di incentivi alla rottamazione", portato avanti da APC grazie sempre al sostegno degli Onorevoli Cenni e Arlotti e del sottosegretario del MEF, Paola De Micheli.

APC, protagonista anche della prima riunione plenaria della "Commissione Saggi", tenutasi il 7 aprile presso la "Casa dell'Architettura" a Roma, e organizzata da ACT Italia allo scopo di creare un momento di confronto tra i principali attori italiani del Turismo in Libertà su tematiche di rilevante attualità come i pesi, il Codice della strada, la sicurezza, l'unificazione delle norme, gli spazi, la ricettività, i veicoli storici e moltissimo altro.

Altro tema fondamentale promosso da APC è la sostenibilità. Le caratteristiche intrinseche dei viaggi all'aria aperta e i principi di sostenibilità sperimentabili dagli utenti di questa modalità di vacanza, sono infatti perfettamente aderenti agli aspetti chiave del turismo sostenibile. Soprattutto nel nostro Paese, sono numerosi i territori e Comuni minori di grande valenza culturale e ambientale, difficilmente raggiungibili dai normali format turistici. Per tale motivo APC promuove, con iniziative mirate, un Turismo in Libertà sostenibile, capace di penetrare e valorizzare il territorio rivalutandone il patrimonio culturale, artistico e paesaggistico.

Infine, tra gli altri preziosi strumenti del Piano Programmatico, si ricordano l'APCNEWS e l'APC MONITOR. Il primo è una newsletter informativa mensile, diffusa in italiano e inglese, dall'Associazione agli oltre 10.000 lettori tra addetti ai lavori e appassionati, per rimanere sempre aggiornati sulle novità e azioni di APC.

Il secondo, invece, consiste in una innovativa piattaforma nata nel 2013 dalla collaborazione con Nagima Consulenza e Formazione (l'attuale società Ulisse) per monitorare l'andamento del mercato e dell'industria dei Veicoli Ricreazionali in Italia e in Europa, grazie alla quale si elaborano report e statistiche personalizzate per far fronte alle varie necessità degli associati e degli operatori del settore. Consultabili online dai soli Associati su www.apcmonitor.it, tra le analisi elaborate dall'APC MONITOR, rientrano i dati aggiornati sulle immatricolazioni e quote di mercato italiane ed europee, le compravendite dell'usato, i valori di produzione, stock e vendite in Italia e all'estero, ma anche rilevazioni macroeconomiche come ad esempio l'andamento dei prezzi al consumo e dell'inflazione, nonché trend e scenari del mercato automobilistico. Tali elaborazioni vengono inoltre inserite nel Rapporto Annuale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan, realizzato annualmente da APC dal 2015 e disponibile sul sito www.associazioneproduttoriicamper.it.

Quest'ultimo, completamente rinnovato a fine 2016, è stato interamente ridisegnato nei contenuti e nella forma per rivolgersi in modo più diretto e accattivante a tutti gli utenti e appassionati del

Turismo in Libertà. Tra le aree principali del nuovo portale APC, le sezioni dedicate agli addetti ai lavori, tra cui "Associazione", "Bandi di concorso" e "Area Sosta" con informazioni utili per associati, enti, istituzioni e privati, ma anche le pagine "Turisti in Libertà", "Salone del Camper", "Pubblicazioni istituzionali" per il download dei vari Rapporti, nonché la sezione news, con tutte le novità dal mondo APC.

Per tutti gli aggiornamenti in tempo reale il dialogo continua, invece, sui social media alla pagina Facebook dell'Associazione (facebook.com/sceglilcamper). Online anche la nuova edizione della Guida alla progettazione e realizzazione delle aree di sosta, strumento pratico per coloro che vogliono sviluppare un'attività imprenditoriale offrendo al proprio territorio una nuova opportunità di attrazione turistica.

1.5 Il Salone del Camper

Altra edizione straordinaria è quella del Salone del Camper 2017, vetrina d'eccellenza a livello mondiale della qualità, dell'innovazione e della creatività dell'industria del caravanning. Organizzato da APC in collaborazione con Fiere di Parma, il Salone del Camper ha registrato anche lo scorso anno numeri da record con oltre 132.000 visitatori nei 9 giorni di manifestazione (+4,3% rispetto all'edizione 2016) e più di 700 veicoli presentati dagli oltre 300 espositori nei 138.000 mq di area espositiva totale.



In ascesa anche il gradimento generico dei visitatori, aumentato sensibilmente rispetto agli scorsi anni: per l'edizione 2017 il 98,5% si è detto soddisfatto dell'offerta della kermesse, contro il 94,2% del 2016 e il 92% del 2015.

Da sottolineare anche i 40.000 download della app "Salone del Camper" e i 35.000 ticket venduti online, nonché l'incremento esponenziale riscontrato sui canali social con 36.218 fan su Facebook (21.864 nel 2016), 790 follower su Twitter (680 nel 2016) e 1.450 su Instagram (1.145 nel 2016), mentre sono stati ben 22.405 gli accessi al sito www.salonedelcamper.it nel primo giorno della manifestazione.

Appuntamento irrinunciabile per tutti gli appassionati del Turismo in Libertà, l'evento parmense deve il suo successo alla capacità di coniugare esperienza fieristica con offerte di qualità da parte dei migliori produttori europei e aziende di componenti e accessori, abbinata a proposte di intrattenimento e informazione per i visitatori, insieme ad analisi di mercato e iniziative a supporto degli espositori con tavoli di lavoro, dibattiti e conferenze. Il tutto nelle aree tematiche "Family & Fun", "Sport in Natura", "Amici a 4 Zampe", "Spazio Agorà" ed "Agorà della Tecnica".

Tra le novità dell'ultima edizione: le Serate del Salone, piacevole momento d'intrattenimento per gli ospiti che hanno visitato la fiera per più giorni, la nuova area dedicata alla Bicicletta con esibizioni spettacolari di bike trial, fino ad esperienze enogastronomiche con i produttori locali.

Tra i convegni più significativi all'interno dello Spazio Agorà: "Gold Card APC: il Turismo in Libertà

sposa la Cultura" durante il quale è stato rinnovato il sodalizio tra APC e il MAEC-Museo dell'Accademia Etrusca e la Città di Cortona (Arezzo), nonché annunciata la prossima collaborazione con il MANN-Museo Archeologico Nazionale di Napoli.

L'obiettivo è incrementare un turismo rispettoso dell'ambiente e del territorio, che abbraccia la passione per la cultura, il patrimonio artistico e quello archeologico d'Italia. Altro convegno di rilievo: "Turismo in Libertà: l'area di sosta integrata. Il BIM applicato alla realizzazione degli spazi di accoglienza", con la speciale partecipazione del prof. Paolo Fiamma (Responsabile Scientifico del Dipartimento DESTeC dell'Università di Ingegneria di Pisa) sul tema delle nuove tecnologie digitali e nello specifico quelle interdisciplinari, caratteristiche del Building Information Modeling (BIM), quali occasione per tutte le aziende che vogliono cogliere le opportunità legate alla quarta rivoluzione industriale, come indicato dal Piano Nazionale Industria 4.0 del Ministero dello Sviluppo Economico.

Premiati inoltre durante il Salone del Camper, anche i vincitori delle cinque categorie del XVI Bando "I Comuni del Turismo in Libertà", con un totale di 110.000 euro (30.000 euro per il comune colpito dal sisma e 20.000 euro per i comuni delle altre quattro categorie), messi a disposizione dai promotori del concorso (APC, ANCI, Federterme, Federparchi e FEE), per la realizzazione di un'area di sosta attrezzata per i Veicoli Ricreazionali.

Siglato sempre a Parma l'accordo, "La Rete dei Comuni del Buon Vivere Toscano" con l'obiettivo



di costruire ed estendere il progetto anche ad altre Regioni per dar vita ad una rete nazionale di iniziative legate al “buon vivere in libertà”, argomento che trova la sua sintesi perfetta nell’incontro fra le eccellenze dei tanti borghi italiani, a partire dai Paesi Bandiere Arancioni, e il Veicolo Ricreazionale.

Annunciata infine in chiusura della kermesse camperistica, anche la prossima sfida di APC e Fiera di Parma: “T&O, Turismo & Outdoor”, l’unico appuntamento fieristico del panorama italiano, interamente dedicato al turismo esperienziale e agli sport outdoor.

1.6 La settima edizione del Rapporto Nazionale

Il Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan 2018, giunto alla VII edizione, oltre a essere la pubblicazione istituzionale più autorevole di APC, fornisce la più completa ed aggiornata analisi sull’industria del caravanning e del Turismo in Libertà in Italia e in Europa.

Frutto di un complesso lavoro di raccolta e di elaborazione dati realizzato grazie alla storica collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull’Economia Turistica dell’Università Ca’ Foscari di Venezia, il Rapporto offre ogni anno una overview dettagliata sul mercato dei Veicoli Ricreazionali e sui flussi turistici con un approfondimento tematico rilevante per il settore.

Per questa edizione, considerato l’obiettivo di APC di sfruttare le opportunità legate alla “quarta rivoluzione industriale” e indicate dal Piano Nazionale Industria 4.0 del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE), il focus di approfondimento verterà sulla proposta di realizzazione di un’area di sosta digitale 4.0, applicando la metodologia BIM – Building Information Modeling, e prendendo come riferimento il recente progetto dell’area di sosta del Comune di Rocca de’ Baldi in provincia di Cuneo, Piemonte, vincitore nella Categoria Nord Italia della XVI edizione del Bando “I Comuni del Turismo in Libertà”.

Questo contributo si propone di sviluppare una proposta di attuazione operativa finalizzata a offrire un’ulteriore opportunità di crescita per il comparto del Turismo in Libertà, il quale rappresenta oggi una preziosa risorsa per lo sviluppo sostenibile per un’altissima percentuale del territorio italiano, ormai coincidente con l’estensione dei piccoli Comuni (inferiori ai 5.000 abitanti), non raggiungibili dai flussi turistici principali, a causa della dismissione o dell’assenza di infrastrutture di collegamento.

I vantaggi, infatti, di questo flusso economico legato al Turismo in Libertà, possono essere ottenuti solo dai territori che hanno attualmente la possibilità di ospitarlo fisicamente. Le potenzialità delle aree di sosta digitale coniugano proprio queste due esigenze, rispondendo in termini di fattibilità di costi, certezza di realizzazione e vantaggi di gestione.



KEY POINTS

- 1.** Con un fatturato annuo di oltre un miliardo di euro, l'Italia rientra tra i migliori produttori europei registrando 21.720 autocaravan prodotti (+43,4% vs. 2016) e 5.099 nuovi autocaravan immatricolati nel 2017 (+20% circa rispetto all'anno precedente).
- 2.** L'Italia, anche grazie ad un sistema ricettivo all'aria aperta sempre più all'avanguardia, attrae ogni anno un numero crescente di turisti in libertà con circa 8,4 milioni di visitatori, tra italiani e stranieri, che nel 2016 hanno percorso le strade del Belpaese a bordo di Veicoli Ricreazionali.
- 3.** Obiettivo primario di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, attiva da oltre 40 anni, è la promozione della cultura del *camper style*, del *turismo on the road* e della ricettività in libertà, attraverso iniziative finalizzate ad incrementare l'attrattività turistica e camperistica dell'Italia.
- 4.** Con 46 aziende associate, APC rappresenta i produttori italiani ed europei del settore, coinvolgendo oltre 7.000 persone, tra 2.000 dipendenti circa diretti in Italia e 5.000 addetti nell'intera filiera.
- 5.** Anche per il 2017, APC ha attuato un intenso Piano Programmatico rivolto allo sviluppo del Turismo in Libertà attraverso le azioni del Marketing Team, istituito nel 2014 unendo le professionalità degli esperti associati allo scopo di definire le linee strategiche per il rilancio del comparto.
- 6.** Tra le più rilevanti iniziative promosse da APC per il potenziamento delle strutture ricettive, il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" finalizzato a erogare contributi economici alle amministrazioni comunali per la realizzazione di aree di sosta per camper multifunzionali ed ecosostenibili. Dalla sua istituzione nel 2001 a oggi, sono state create 41 aree di sosta in tutta Italia grazie al finanziamento di APC.
- 7.** Di fondamentale importanza la crescente attività di lobbying parlamentare portata avanti da APC con diversi esponenti politici incontrati nel corso del 2017 per favorire l'adozione di misure rivolte al rilancio del comparto.
- 8.** Tra i principali strumenti del Piano Programmatico, l'APC MONITOR, l'innovativa piattaforma nata nel 2013 dalla collaborazione con Nagima Consulenza e Formazione (l'attuale società Ulisse) per monitorare l'andamento del mercato e dell'industria dei Veicoli Ricreazionali in Italia e in Europa.
- 9.** Molteplici le partnership di APC a livello territoriale con diverse regioni italiane e importanti realtà museali, come il MAEC-Museo dell'Accademia Etrusca e della Città di Cortona e il MANN-Museo Archeologico Nazionale di Napoli, allo scopo di rafforzare il rapporto tra cultura e Turismo in Libertà.
- 10.** Altra edizione straordinaria è quella del Salone del Camper 2017, promosso da APC insieme a Fiere di Parma, con oltre 132.000 visitatori nei 9 giorni di manifestazione (+4,3% rispetto all'edizione 2016) e più di 700 veicoli presentati dagli oltre 300 espositori nei 138.000 mq di area espositiva totale.

2.

IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI IN ITALIA E IN EUROPA



2.1 Il contesto socio-economico

Negli ultimi anni il mercato dei Veicoli Ricreazionali ha spinto nuovamente l'acceleratore registrando, dopo un periodo di chiusura in negativo, dipeso dalla crisi economica generale, segnali non solo positivi ma anche in continua crescita. Determinanti, per stimolare la ripresa del settore, le azioni sinergiche portate avanti da APC su più livelli istituzionali.

Come dimostrano i dati sulle immatricolazioni di autocaravan, la variazione percentuale di incremento dal 2014 è quasi triplicata, raggiungendo nel 2017 quota 19,6% (13,7% variazione 2016/2015 e 8,4% variazione 2015/2014). Trend in crescita anche per il mercato delle caravan che chiude il 2017 con numeri in ascesa: 756 veicoli immatricolati contro i 745 del 2016 per una percentuale di incremento dell'1,5%.

Impennata anche per le esportazioni di autocaravan (Tabella 2a) passate da 12.912 unità nel 2016 a ben 18.414 nel 2017, a testimonianza dell'indiscussa eccellenza creativa e qualitativa della produzione italiana di Veicoli Ricreazionali.

ANNO	PRODUZIONE	EXPORT	%
2015	12.406	9.856	79
2016	15.143	12.912	85
2017	21.712	18.414	85

Tabella 2a.

Produzione / Export autocaravan 2015-2017

2.2 L'andamento dei segmenti autocaravan e caravan in Italia e in Europa

Uno scenario incoraggiante che riporta l'industria italiana del caravanning tra i migliori produttori europei.

Come si evince dalla Tabella 2b dopo gli ottimi risultati del 2016, anche il 2017 si è rivelato un anno eccezionale con 5.099 autocaravan immatricolati, mentre subiscono una leggera battuta d'arresto i trasferimenti netti di proprietà (28.532 contro i 29.797 del 2016). In leggera diminuzione ne consegue il totale nuovo + usato da imputare unicamente al calo dell'usato.

Analizzando il panorama europeo (Tabella 2c), si consolida il trend dello scorso anno registrando un netto incremento delle immatricolazioni di autocaravan rispetto a quelle delle caravan: ben 110.742 autocaravan immatricolati nel 2017 pari al 14,8% rispetto all'anno precedente (96.444 unità nel 2016 e 81.490 nel 2015) e 79.761 caravan immatricolate nel 2017, più 8,4% rispetto al 2016 (73.545 unità), contro le 72.256 del 2015.

Numeri che incoronano il Turismo in Libertà come uno dei motori importanti dell'economia europea, nonché preziosa risorsa per la valorizzazione culturale, sociale ed ecosostenibile dei territori, data la possibilità di raggiungere destinazioni fuori delle tradizionali rotte del turismo di massa.



IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI IN ITALIA E IN EUROPA

	VOLUMI			VARIAZIONI%	
	2015	2016	2017	16/15	17/16
 AUTOCARAVAN					
NUOVE IMMATRICOLAZIONI	3.738	4.263	5.099	13,7	19,6
TRASFERIMENTI NETTI DI PROPRIETÀ	27.281	29.797	28.532	9,2	(-4,2)
TOTALE NUOVO + USATO	31.019	34.060	33.631	9,8	(-1,2)
 CARAVAN					
NUOVE IMMATRICOLAZIONI	980	745	756	(-24,0)	1,5

Tabella 2b.

Italia - Mercato autocaravan e caravan – Trend 2015-2017

Entrando nello specifico (Tabella 2d), Germania, Francia e Regno Unito salgono anche nel 2017 sul podio delle nazioni con il maggior numero d'immatricolazioni di autocaravan, rispettivamente con 40.568 (+15,5% vs 2016), 21.333 (+8,3% vs 2016) e 14.062 veicoli (+14% vs 2016), seguite da Svezia 6.405 (+20,4%), Italia 5.099 (+19,6%), Svizzera 4.491 (+11,1%) e Belgio 4.110 (+6,3%).

Per quanto riguarda le caravan, il Regno Unito conquista anche nel 2017 la prima posizione con 24.811 unità immatricolate (+6,2% vs 2016), seguito da Germania (22.702 +15% vs 2016), Francia (8.128 +4,9% vs 2016), Paesi Bassi (6.699 +9,1%) e Svezia (3.440).

L'Italia rimane invece al tredicesimo posto con 756 caravan immatricolate nel 2017 (+1,5% vs 2016), preceduta da Paesi con una maggiore propensione a questa tipologia di vacanza, tra cui Spagna, Austria, Svizzera, Belgio, Danimarca e Norvegia.

In crescita anche il noleggio dei nuovi autocaravan come evidenziato nella Tabella 2e, con quasi 740 veicoli noleggiati nel 2017.

	 AUTOCARAVAN	VAR. % RISPETTO ANNO PRECEDENTE	 CARAVAN	VAR. % RISPETTO ANNO PRECEDENTE
2015	81.490	12,9	72.256	6,2
2016	96.444	18,2	73.545	1,9
2017	110.742	14,8	79.761	8,4



Tabella 2c. e Grafico 2a.

Europa - Immatricolazioni Veicoli Ricreazionali 2015-2017

Elaborazione APC su dati ECF – European Caravan Federation

PAESE	 AUTOCARAVAN			 CARAVAN		
	2016	2017	VAR. %	2016	2017	VAR. %
AUSTRIA	1.118	1.230	+10,0	805	940	+16,8
BELGIO	3.866	4.110	+6,3	1.107	1.157	+4,5
DANIMARCA	240	347	+44,6	2.457	2.322	-5,5
FINLANDIA	1.171	1.390	+18,7	545	651	+19,4
FRANCIA	19.698	21.333	+8,3	7.745	8.128	+4,9
GERMANIA	35.135	40.568	+15,5	19.748	22.702	+15,0
ITALIA	4.263	5.099	+19,6	745	756	+1,5
PAESI BASSI	1.444	1.751	+21,3	6.143	6.699	+9,1
NORVEGIA	3.052	3.630	+18,9	2.607	2.883	+10,6
PORTOGALLO	105	219	+108,6	105	76	-27,6
SLOVENIA	127	230	+81,1	117	105	-10,3
SPAGNA	2.675	3.953	+47,8	1.402	1.768	+26,1
SVEZIA	5.321	6.405	+20,4	3.487	3.440	-1,3
SVIZZERA	4.042	4.491	+11,1	1.573	1.607	+2,2
REGNO UNITO	12.332	14.062	+14,0	23.371	24.811	+6,2
ALTRI PAESI	1.855	1.924	+3,7	1.588	1.716	+8,1
TOTALE	96.444	110.742	+14,8	73.545	79.761	+8,4

Tabella 2d.
Europa - Immatricolazioni Veicoli Ricreazionali per Paese: 2016-2017
 Elaborazione APC su dati ECF – European Caravan Federation



	2015	2016	2017
NOLEGGIO	549	657	739
% NOLEGGIO / IMMATRICOLATO	14,7	15,5	14,5

Tabella 2e.
Italia - Immatricolazioni autocaravan destinate al noleggio 2015-2017

2.3 Il parco circolante in Italia

In base ai dati forniti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, a partire dal 1992 e fino al 31 dicembre 2017, nel nostro Paese circolano 225.075 autocaravan e 63.563 caravan.

Tuttavia, come risulta dal Grafico 2b, il reparto autocaravan continua ad “invecchiare” con ben il 63,8% dei mezzi circolanti immatricolato da oltre 10 anni (143.655 autocaravan), di cui il 18,3% presenta addirittura un’anzianità superiore ai vent’anni (26.297 autocaravan).

Se si aggiunge che il parco circolante “Euro 0”, “Euro 1” e “Euro 2” in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 2001, è pari a 71.333 unità,

corrispondenti al 31,7% dei camper in circolazione (il parco circolante “Euro 0”, “Euro 1”, “Euro 2” e “Euro 3” in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 2005 è pari a ben 128.329 unità, cioè il 57% dei camper che circolano nel nostro Paese), si evince l’importanza di una proposta di rottamazione finanziata dal Parlamento per incentivare la dismissione dei vecchi veicoli. Misura di fondamentale rilevanza, non solo per favorire la demolizione di autocaravan più inquinanti a vantaggio di una maggiore efficienza e sostenibilità, ma anche per sostenere un comparto che garantisce comunque all’Italia, lo ricordiamo, un fatturato annuo di quasi un miliardo di euro.

PARCO CIRCOLANTE
AUTOCARAVAN AL 31.12.2017:
| 225.075 |

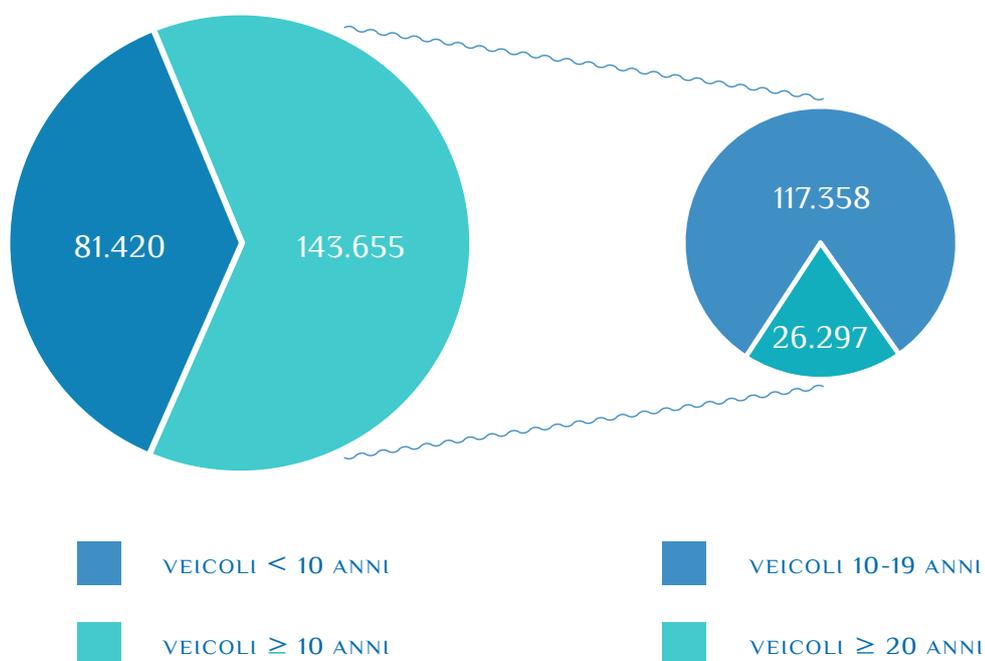


Grafico 2b.
La composizione del parco circolante autocaravan in Italia

Elaborazione APC Monitor su dati del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

2.4 Le immatricolazioni di autocaravan e di caravan nelle Regioni italiane

Ritornando al nostro Paese e monitorando i dati delle immatricolazioni di Veicoli Ricreazionali nelle singole Regioni (Tabella 2f), il Nord Italia si conferma il principale bacino d'utenza del settore con il 59,5% del totale del mercato, nuove immatricolazioni più trasferimenti netti di proprietà, per quanto riguarda il comparto degli autocaravan e 53,6% per il mercato delle caravan. Nel dettaglio la Lombardia conferma la propria leadership con le migliori performance sia nel segmento degli autocaravan (23,1% delle immatricolazioni e 15,7% dell'usato italiano), sia in quello delle caravan (29,5% nuovo e 15,7% usato), seguita per il nuovo da Emilia Romagna (14,3%), Piemonte (13,9%) e Veneto (13,4%), mentre per l'usato si piazza secondo il Piemonte (13,3%), terzo Veneto (11,3%) e subito fuori dal podio l'Emilia Romagna (9,8%). La macro-area centrale della Penisola contribuisce al 26,8% del mercato nuovo e usato degli autocaravan e al 31,9% delle caravan, con un rapporto usato/nuovo superiore rispetto al Nord.

Nel Centro Italia, infatti, le immatricolazioni di autocaravan si attestano sui valori del 2016 con il 16,8% del totale nazionale, mentre l'usato raggiunge quota 29,1%. Toscana e Lazio si confermano invece le due Regioni con le migliori performance.

Nelle macro-aree Sud e Isole, da sottolineare la crescita del nuovo per le caravan (11% rispetto al totale nazionale), mentre gli autocaravan con il 6,1% si attestano ai valori del 2016. Cresce invece l'usato degli autocaravan che registra il 15,5% dei trasferimenti netti di proprietà. A livello regionale la Sicilia è ancora una volta prima per quanto riguarda il mercato degli autocaravan nuovi e usati (4,3%) mentre la Campania fa meglio nel settore delle caravan, facendo registrare il 5,2% del totale nuovo più usato.



IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI IN ITALIA E IN EUROPA

REGIONI	 AUTOCARAVAN					RAPPORTO USATO / NUOVO	
	NUOVI	%	USATI	%	TOTALE	%	
PIEMONTE	709	13,9	3.782	13,3	4.491	13,4	5,3
VALLE D'AOSTA	32	0,6	106	0,4	138	0,4	3,3
LIGURIA	142	2,8	634	2,2	776	2,3	4,5
LOMBARDIA	1.179	23,1	4.492	15,7	5.671	16,9	3,8
VENETO	681	13,4	3.221	11,3	3.902	11,6	4,7
TRENTINO A. A.	283	5,6	966	3,4	1.249	3,7	3,4
FRIULI V.G.	178	3,5	767	2,7	945	2,8	4,3
EMILIA ROMAGNA	731	14,3	2.805	9,8	3.536	10,5	3,8
TOSCANA	352	6,9	2.264	7,9	2.616	7,8	6,4
MARCHE	128	2,5	1.111	3,9	1.239	3,7	8,7
UMBRIA	63	1,2	653	2,3	716	2,1	10,4
LAZIO	269	5,3	2.614	9,2	2.883	8,6	9,7
ABRUZZO	39	0,8	571	2,0	610	1,8	14,6
MOLISE	6	0,1	111	0,4	117	0,3	18,5
CAMPANIA	57	1,1	1.020	3,6	1.077	3,2	17,9
BASILICATA	8	0,2	154	0,5	162	0,5	19,3
PUGLIA	64	1,3	857	3,0	921	2,7	13,4
CALABRIA	13	0,3	208	0,7	221	0,7	16,0
SICILIA	123	2,4	1.363	4,8	1.486	4,4	11,1
SARDEGNA	42	0,8	833	2,9	875	2,6	19,8
TOTALE	5.099	100	28.532	100	33.631	100	5,6
	 CARAVAN						
PIEMONTE	71	9,4	1.034	10,6	1.105	10,5	14,6
VALLE D'AOSTA	2	0,3	22	0,2	24	0,2	11,0
LIGURIA	17	2,2	191	2,0	208	2,0	11,2
LOMBARDIA	223	29,5	1.534	15,7	1.757	16,7	6,9
VENETO	104	13,8	1.164	11,9	1.268	12,1	11,2
TRENTINO A. A.	55	7,3	235	2,4	290	2,8	4,3
FRIULI V.G.	12	1,6	211	2,2	223	2,1	17,6
EMILIA ROMAGNA	55	7,3	919	9,4	974	9,3	16,7
TOSCANA	64	8,5	970	9,9	1.034	9,8	15,2
MARCHE	13	1,7	476	4,9	489	4,7	36,6
UMBRIA	8	1,1	290	3,0	298	2,8	36,3
LAZIO	43	5,7	858	8,8	901	8,6	20,0
ABRUZZO	6	0,8	218	2,2	224	2,1	36,3
MOLISE	0	0,0	33	0,3	33	0,3	-
CAMPANIA	37	4,9	547	5,6	584	5,6	14,8
BASILICATA	3	0,4	41	0,4	44	0,4	13,7
PUGLIA	13	1,7	499	5,1	512	4,9	38,4
CALABRIA	0	0,0	55	0,6	55	0,5	-
SICILIA	27	3,6	253	2,6	280	2,7	9,4
SARDEGNA	3	0,4	208	2,1	211	2,0	69,3
TOTALE	756	100	9.758	100	10.514	100	12,9

Tabella 2f.

Italia – Veicoli Ricreazionali

Nuove immatricolazioni e trasferimenti di proprietà netti per Regione nel 2017

KEY POINTS

- 1.** Continua la crescita dell'industria del caravanning con 5.099 autocaravan immatricolati in Italia nel 2017, con una variazione percentuale di incremento di quasi il 20% rispetto all'anno precedente.
- 2.** Subiscono una leggera battuta d'arresto i trasferimenti netti di proprietà (28.532 nel 2017 contro i 29.797 del 2016) per un totale nuovo + usato di 33.631 unità.
- 3.** Trend in crescita anche per il mercato delle caravan che chiude il 2017 con numeri in ascesa: 756 veicoli immatricolati contro i 745 del 2016 per una percentuale di incremento del 1,5%.
- 4.** A livello regionale, il Nord Italia si conferma il principale bacino d'utenza del settore con il 59,5% del totale del mercato, nuove immatricolazioni più trasferimenti netti di proprietà, per quanto riguarda il comparto degli autocaravan e 53,6% per il mercato delle caravan.
- 5.** La macro-area centrale della Penisola contribuisce al 26,8% del mercato nuovo e usato degli autocaravan e al 31,9% delle caravan, con un rapporto usato/nuovo superiore rispetto al Nord. Nelle macro-aree Sud e Isole, si registra una crescita dell'11% del nuovo per le caravan, mentre gli autocaravan si attestano ai valori del 2016 con il 6,1%.
- 6.** Impennata anche per le esportazioni di autocaravan passate da 12.912 unità nel 2016 a ben 18.414 nel 2017, a testimonianza dell'indiscussa eccellenza creativa e qualitativa della produzione italiana di Veicoli Ricreazionali.
- 7.** In aumento anche il noleggio dei nuovi autocaravan con quasi 740 veicoli noleggiati nel 2017.
- 8.** Anche a livello europeo si registra un netto incremento delle immatricolazioni di autocaravan: ben 110.742 veicoli immatricolati nel 2017 pari al 14,8% rispetto all'anno precedente. Trend positivo anche per le caravan con 79.761 unità immatricolate nel 2017, più 8,4% rispetto al 2016 (73.545 unità), contro le 72.256 del 2015.
- 9.** Germania, Francia e Regno Unito si confermano anche nel 2017 le nazioni con il maggior numero d'immatricolazioni di autocaravan, rispettivamente con 40.568 (+15,5% vs 2016), 21.333 (+8,3% vs 2016) e 14.062 veicoli (+14% vs 2016), seguite da Svezia 6.405 (+20,4%), Italia 5.099 (+19,6%).
- 10.** Secondo i dati forniti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti in Italia a fine 2017 circolano 225.075 autocaravan e 63.563 caravan. Tuttavia, il 63,8% di autocaravan circolanti risulta immatricolato da oltre 10 anni, di cui ben il 18,3% presenta un'anzianità addirittura superiore ai vent'anni.

3.

AUTOCARAVAN: NUOVO E USATO ANALISI DEMOGRAFICA



3.1 I dati quantitativi: nuove immatricolazioni autocaravan

In base a quanto illustrato nel Capitolo precedente, l'industria del caravanning è in continua espansione. Come rilevano i dati del 2017, il mercato del nuovo ha infatti totalizzato un ulteriore record di immatricolazioni raggiungendo quota 5.099 unità, con un incremento del 19,6% rispetto 2016 (4.263 unità) per un fatturato totale di oltre un miliardo di euro. Un altro fattore particolarmente interessante emerge dall'analisi delle commercializzazioni in riferimento alla distribuzione per macro-aree geografiche (Tabella 3a), da cui risulta che sono ancora le Regioni del Nord Italia a detenere la maggioranza del mercato con il 77,1% delle immatricolazioni totali. Nello specifico il Nord-Ovest registra ben 2.062 veicoli nuovi (+16,0% vs. 2016), mentre il Nord-Est totalizza 1.873 unità (+25,6% vs. 2016).

Tra le Regioni con le migliori performance, la *pole position* spetta ancora alla Lombardia con 1.179 unità (+16,0% vs. 2016), seguita dal Piemonte con 709 nuove immatricolazioni (+9,8% vs. 2016), mentre Liguria e Valle D'Aosta fanno registrare un boom di contratti con rispettivamente +43,4% e +100,0% rispetto al 2016.

Nel Nord-Est l'Emilia Romagna è la Regione con il primato di nuove immatricolazioni (731; +30,1% sul 2016), seguita dal Veneto con 681 unità (+15,4%), mentre il Trentino Alto Adige riporta la crescita maggiore (+47,4%) rispetto all'anno precedente.

Nettamente staccata l'Area Centro che chiude il 2017 con 851 nuove immatricolazioni (+17,5% vs. 2016), trainata dalle performance di Toscana (352 unità +7% vs. 2016) e Lazio (269 unità +39,4%), molto bene anche le Marche con +37,6% rispetto al 2016.

Sud e Isole incrementano la propria quota di mercato con un totale complessivo di 313 veicoli nuovi (+9,6% Sud e +5,1% Isole vs. 2016), immatricolati principalmente in Sicilia (123 unità +18,3%), Puglia (64 unità +20,8%), Campania (57 unità +9,6%) e Sardegna (42 unità +31,3%).

Altra caratteristica del mercato dei Veicoli Ricreazionali (Grafico 3a), è la stagionalità, riscontrabile mediamente in tutte le macro-aree geografiche: la maggior parte delle vendite è concentrata fra i mesi di marzo e luglio, per poi subire un calo fisiologico nel periodo invernale.



AUTOCARAVAN: NUOVO E USATO ANALISI DEMOGRAFICA

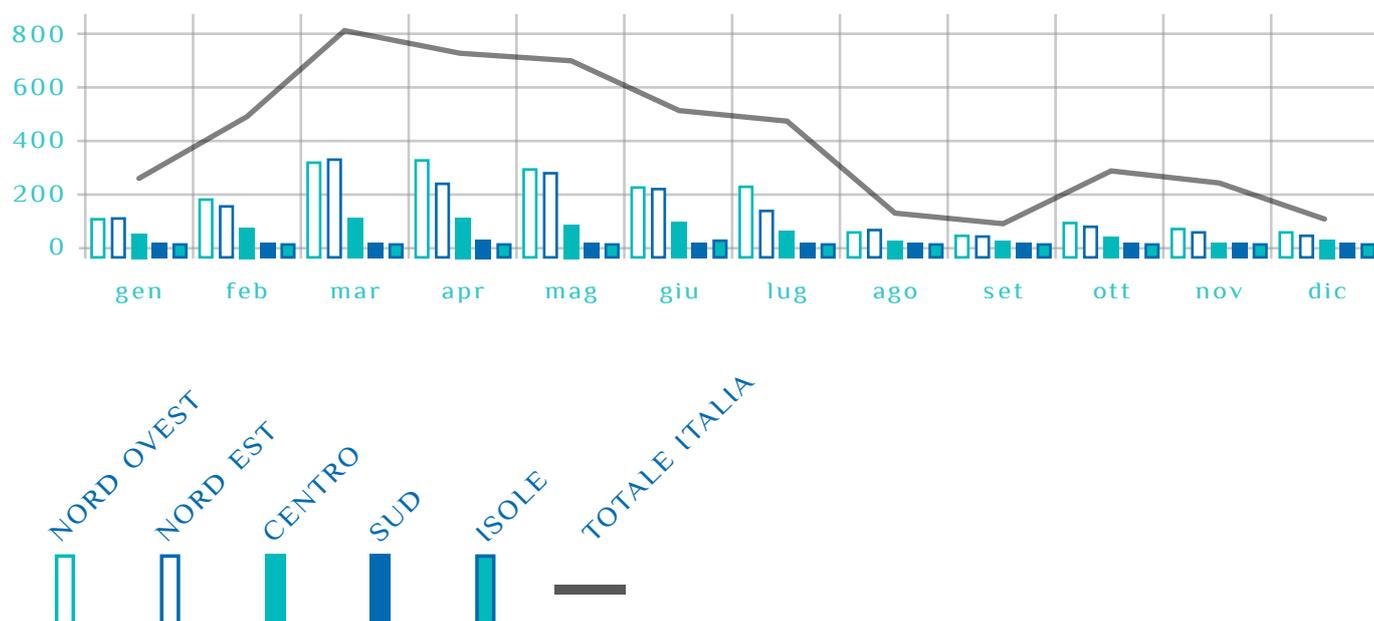


Grafico 3a.
Italia - Immatricolazioni autocaravan 2017 per Area

AREA	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD	ISOLE	TOTALE
GENNAIO	124	128	54	12	14	332
FEBBRAIO	189	175	78	16	15	473
MARZO	308	321	139	21	16	805
APRILE	320	244	117	23	18	722
MAGGIO	274	261	125	20	13	693
GIUGNO	219	215	97	14	28	573
LUGLIO	224	152	74	14	22	486
AGOSTO	53	70	25	7	10	165
SETTEMBRE	47	48	27	7	5	134
OTTOBRE	126	119	52	11	9	317
NOVEMBRE	106	95	40	2	10	253
DICEMBRE	72	45	23	1	5	146
NUOVO 2017	40,4%	36,7%	16,7%	2,9%	3,2%	100,0%
	2.062	1.873	851	148	165	5.099

Tabella 3a.
Italia - Immatricolazioni autocaravan 2017 per Area

Stime APC su dati APC Monitor Report Annuale gennaio-dicembre 2017
immatricolazioni autocaravan Italia per Area

3.2 I dati quantitativi: compravendita autocaravan usati

Il mercato dell'usato, sempre in costante aumento negli ultimi 3 anni, ha invece subito nel 2017 una leggera battuta d'arresto con 28.532 trasferimenti netti di proprietà pari a -4,2% rispetto all'anno precedente, per un rapporto usato reale/nuovo di 5,6, ovvero 56 camper usati ogni 10 nuovi camper immatricolati (mentre era 7,0 nel 2016).

Nel Nord Ovest, i valori si mantengono sui parametri del 2016, con una lieve diminuzione, passando da 9.122 veicoli usati del 2016, a 9.014 del 2017 (-1,2% vs. 2016). Tra le Regioni, la Lombardia conclude il maggior numero di passaggi di proprietà (4.492 unità) riportando tuttavia un decremento del -2,1% rispetto al 2016, seguita dal Piemonte (3.782 unità + 1,4%). Il Nord Est totalizza 7.759 veicoli usati (-1,3% vs. 2016) con Trentino Alto Adige (966 unità +9,4%) e Veneto (3.221 + 1,2%) che incrementano la propria quota di mercato dell'usato.

L'Area Centro ha invece riportato la maggiore defezione con 7.213 veicoli usati (-12,8%), diminuzione registrata in tutte le Regioni con la punta più negativa rappresentata dalle Marche (1.111 unità vs. -35,0% rispetto al 2016), mentre Sud e Isole chiudono rispettivamente con 2.350 veicoli usati (-1%) e 2.196 (+1,4% vs. 2016). Queste Regioni si caratterizzano per il più alto rapporto tra usato e nuovo rispetto alla media nazionale, pari a 15,9 (era 17,6 nel 2016).

Come per il mercato del nuovo, anche l'usato evidenzia una certa stagionalità riportando numeri più significativi durante i mesi primaverili.



AUTOCARAVAN: NUOVO E USATO ANALISI DEMOGRAFICA

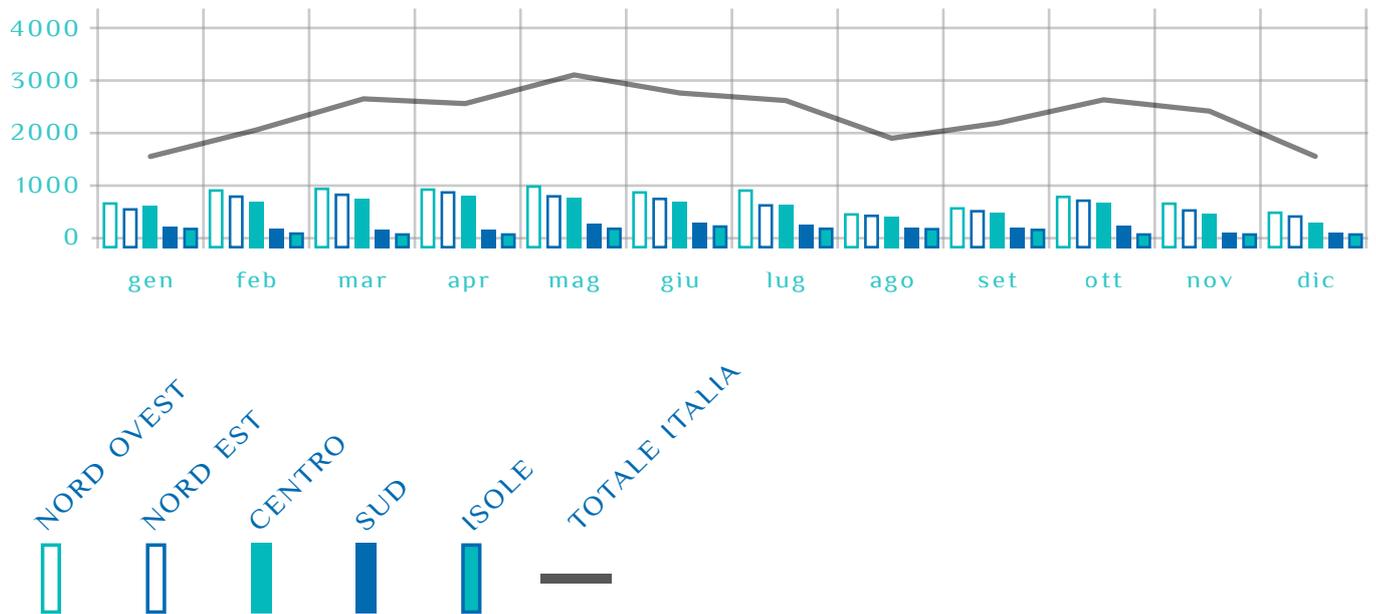


Grafico 3b.
Italia - Compravendita autocaravan 2017 per Area - Usato Netto

AREA	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD	ISOLE	TOTALE
GENNAIO	534	440	449	129	121	1.673
FEBBRAIO	623	580	569	169	151	2.092
MARZO	852	771	730	208	230	2.791
APRILE	802	746	621	214	192	2.575
MAGGIO	988	771	770	257	262	3.048
GIUGNO	879	769	714	239	213	2.814
LUGLIO	894	667	668	228	229	2.686
AGOSTO	565	516	482	170	165	1.898
SETTEMBRE	661	632	590	193	177	2.253
OTTOBRE	852	779	680	232	199	2.742
NOVEMBRE	794	626	546	197	142	2.305
DICEMBRE	570	462	394	114	115	1.655
USATO 2017	31,6%	27,2%	25,3%	8,2%	7,7%	100,0%
	9.014	7.759	7.213	2.350	2.196	28.352

Tabella 3b.
Italia - Compravendita autocaravan 2017 per Area - Usato Netto

Stime APC su dati APC Monitor Report Annuale gennaio-dicembre 2017
compravendita autocaravan Italia per Area - Usato Netto

3.3 Analisi demografica: nuovo ⁽¹⁾

Entrando ulteriormente nel dettaglio e analizzando i dati del mercato dei Veicoli Ricreazionali in rapporto al bacino demografico di riferimento, come risulta dalla popolazione residente in ogni Regione al 1 gennaio 2017 (dati ISTAT) rispetto al territorio nazionale, si intuisce chiaramente quali aree geografiche siano più sensibili nei confronti del Turismo in Libertà.

Come risulta dal Grafico 3c, la Lombardia consolida il primato, in termini assoluti, per la propensione verso questa tipologia di vacanza con il 23,1% delle immatricolazioni rispetto ad una popolazione pari al 16,5% di quella nazionale. Tuttavia, in base al numero di residenti, altre Regioni riportano prestazioni migliori, tra cui l'Emilia Romagna e il Piemonte che raddoppiano la loro rappresentatività nel mercato con rispettivamente il 14,3% e il 13,9% di immatricolazioni a fronte di un numero di abitanti pari al 7,3% rispetto al totale del Paese.

Risultati simili anche per il Veneto (13,4% delle compravendite su 8,1% di popolazione), mentre il Trentino Alto Adige, proporzionalmente, si pone in testa a questa speciale classifica con l'1,8% dei residenti e oltre il 5,6% di transazioni concluse nel 2017.

Tra le Regioni dell'Area Centro è la Toscana in pole position con il 6,9% delle nuove immatricolazioni concluse dal 6,2% dei residenti sul totale della popolazione Italiana, seguita dal Lazio, con il 5,3% delle transazioni a fronte di un'utenza pari al 9,7% del totale.

Sud e Isole, totalizzano i rapporti più bassi con la Puglia che chiude solamente l'1,3% dei contratti totali su una popolazione del 6,7%, seguita da Campania (1,1% delle transazioni con 9,6% dei residenti), mentre in Sicilia la situazione migliora, con il 2,4% dei contratti rispetto all'8,3% di residenti sulla popolazione generale.

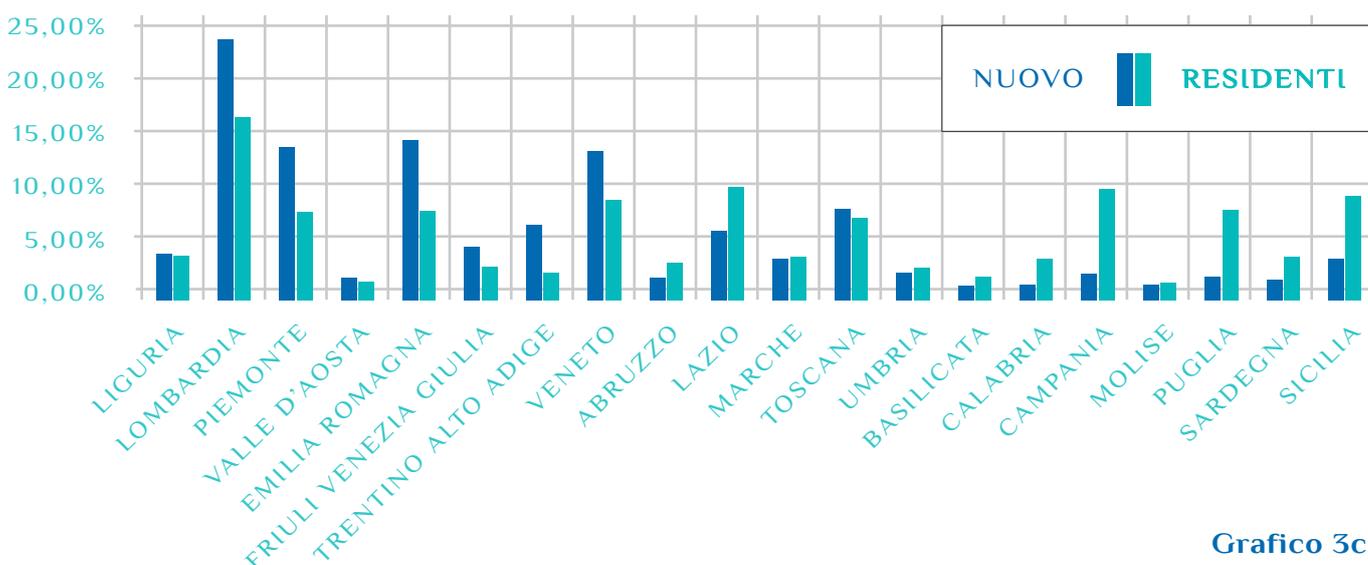


Grafico 3c.
Rapporto tra totale immatricolazioni autocaravan e popolazione residente in ciascuna Regione

NOTA METODOLOGICA (1): Fatto 100 il mercato e il totale della popolazione si confrontano i risultati per ogni Regione e se ne valuta la rappresentatività (es. Lazio: popolazione residente 9,76% su totale Italia, nuove immatricolazioni 4,5% su totale Italia, ne risulta che residenti in tale Regione sono sotto-rappresentati nella compravendita delle autocaravan).

3.4 Analisi demografica: usato⁽²⁾

Applicando la stessa metodologia al mercato dell'usato, si evince una maggiore uniformità tra le varie Regioni in termini di compravendite in rapporto alla popolazione residente.

Al Nord (Grafico 3d) è sempre la Lombardia a farla da padrone con una percentuale di compravendite pari al 15,7% sulla popolazione, corrispondente al 16,5% del totale, seguita da Piemonte con 13,3% dei trasferimenti netti di proprietà a fronte del 7,3% di residenti. Sulla stessa lunghezza d'onda anche l'Emilia Romagna e il Veneto, entrambi con l'11,3% delle compravendite, su una popolazione rispettivamente del 7,3% e 8,1% del totale.

Particolarmente attivi anche gli abitanti del Trentino Alto Adige con il 3,4% dei contratti rispetto all'1,8% della popolazione.

Nella macro-area centrale, primeggiano il Lazio (9,2% delle compravendite a fronte di una base residente pari al 9,7%), la Toscana con il 7,9% delle transazioni sul 6,2% di popolazione residente rispetto al totale e le Marche con ben il 3,9% su un totale abitanti di appena il 2,5% rispetto al nazionale.

Per quanto riguarda invece il Sud e le Isole, Sicilia e Campania occupano le prime posizioni di questa speciale graduatoria con rispettivamente 4,8% di compravendite rispetto all'8,3% della popolazione e 3,6% di compravendite contro una popolazione del 9,6%. Seguono lo stesso trend anche la Puglia (3% usato su 6,7% residenti) e la Sardegna (2,9% usato su 2,7% residenti).

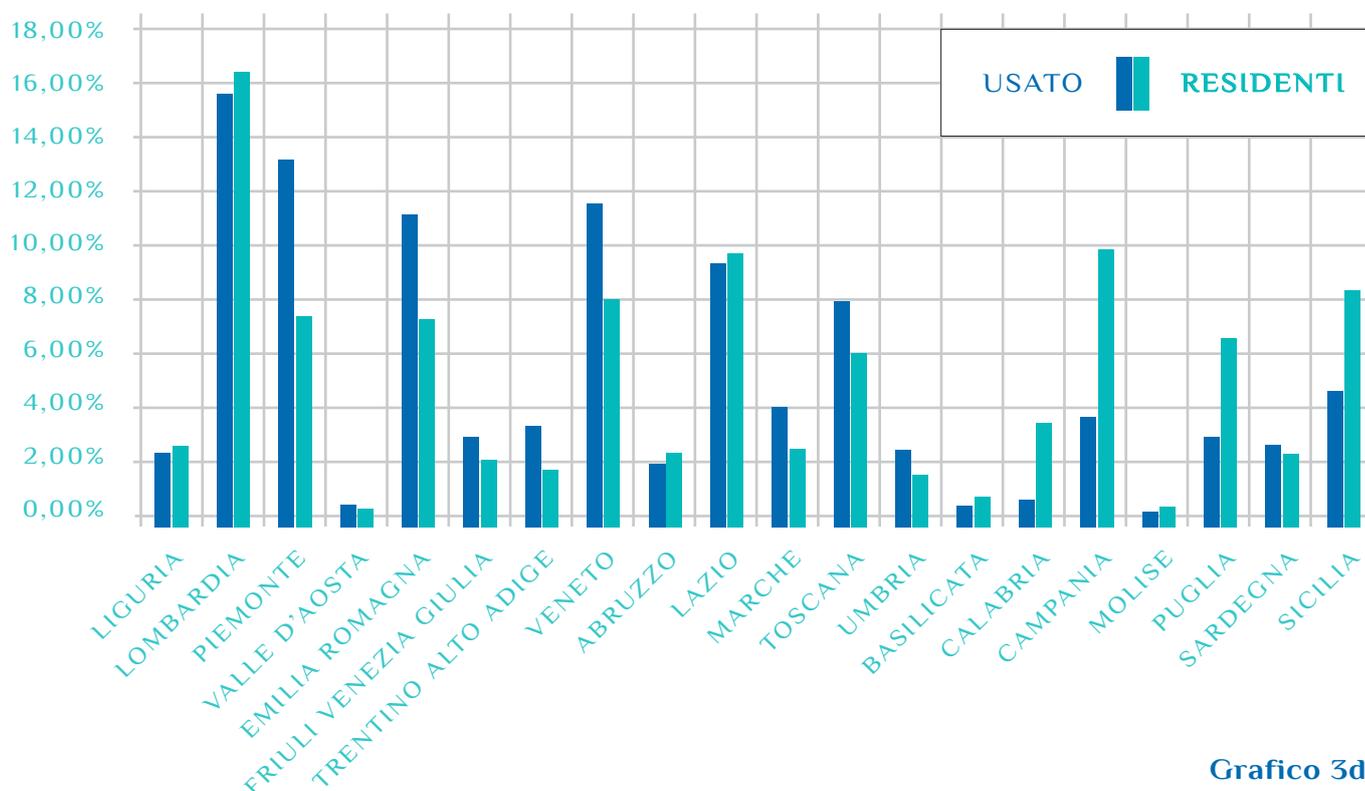


Grafico 3d.
Rapporto tra totale compravendita autocaravan e popolazione residente in ciascuna Regione

NOTA METODOLOGICA (2): Fatto 100 il mercato e il totale della popolazione si confrontano i risultati per Regione e se ne valuta la rappresentatività. (es: Lazio: popolazione residente 9,76% sul totale Italia, nuove immatricolazioni 4,5% su totale Italia, ne risulta che residenti in tale Regione sono sotto-rappresentati nella compravendita delle autocaravan).

KEY POINTS

1. Nel 2017 sono ancora le Regioni del Nord Italia a detenere la maggioranza del mercato dei Veicoli Ricreazionali con il 77,1% delle immatricolazioni totali. Nello specifico il Nord-Ovest registra ben 2.062 veicoli nuovi (+16,0% vs. 2016), mentre il Nord-Est totalizza 1.873 unità (+25,6% vs. 2016).

2. Nettamente staccata l'area Centro che chiude il 2017 con 851 nuove immatricolazioni (+17,5%), trainata dalle performance di Toscana (352 unità +7% vs. 2016) e Lazio (269 +39,4%).

3. Sud e Isole incrementano la propria quota di mercato con un totale complessivo di 313 veicoli nuovi (+9,6% Sud e +5,1% Isole vs. 2016), immatricolati principalmente in Sicilia (123 unità +18,3%), Puglia (64 unità +20,8%), Campania (57 unità +9,6%) e Sardegna (42 unità +31,3%).

4. Pochissime le Regioni che non superano il 5% della quota di mercato nelle nuove immatricolazioni: al Nord troviamo la Valle d'Aosta (1,6%), nel Centro Italia l'Abruzzo (4,6%) e al Sud il Molise (4,1%).

5. Il mercato dell'usato, in crescita negli ultimi tre anni, nel 2017 ha registrato una leggera battuta d'arresto con 28.532 trasferimenti netti di proprietà pari a -4,2% rispetto all'anno precedente, per un rapporto usato reale/nuovo di 5,6, ovvero 56 camper usati ogni 10 nuovi camper immatricolati (mentre era 7,0 nel 2016).

6. Tra le macro-aree, mentre al Nord i valori si mantengono sui parametri del 2016, solo con una lieve diminuzione, il Centro ha invece riportato la maggiore defezione con 7.213 veicoli usati (-12,8%). Sud e Isole chiudono rispettivamente con 2.350 veicoli usati (-1%) e 2.196 (+1,4% vs. 2016). Queste Regioni si caratterizzano per il più alto rapporto tra usato e nuovo rispetto alla media nazionale, pari a 15,9 (era 17,6 nel 2016).

7. In generale il mercato dei Veicoli Ricreazionali si caratterizza per una certa stagionalità, riscontrabile mediamente in tutte le macro-aree geografiche: la maggior parte delle vendite si registra fra i mesi di marzo e luglio, per poi subire un calo fisiologico nel periodo invernale.

8. Dall'analisi tra i dati delle nuove immatricolazioni e del mercato dell'usato in rapporto alla base residente in ciascuna Regione (Fonte ISTAT al 1 gennaio 2017), emergono le aree più sensibili al Turismo in Libertà.

9. Al vertice di questa speciale graduatoria si piazza il Trentino Alto Adige con l'11,8% dei residenti e oltre il 5,6% di transazioni concluse nel 2017, mentre al Centro, la Toscana riporta i migliori risultati con il 6,9% delle nuove immatricolazioni concluse dal 6,2% dei residenti sul totale della popolazione Italiana. Sud e Isole riportano il risultato più bassi.

10. Applicando la stessa metodologia al mercato dell'usato, si evince una maggiore uniformità tra le varie Regioni in termini di compravendite in rapporto alla popolazione residente: al Nord spicca il Piemonte con 13,3% dei trasferimenti netti di proprietà a fronte del 7,3% di residenti, al Centro il Lazio e al Sud/Isole la Sicilia.

4.

IL TURISMO IN LIBERTÀ IN EUROPA E IN ITALIA



4.1 Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei

Quadro generale

Il Turismo in Libertà costituisce uno dei motori principali dell'economia europea. Secondo le stime più recenti fornite da Eurostat, nel 2016 il 9% dei turisti in viaggio in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta per caravan e autocaravan, sia all'interno del proprio Paese che all'estero. Parliamo di circa 86,1 milioni di arrivi, su circa 914 milioni di arrivi totali con oltre 382 milioni di pernottamenti su quasi 2,7 miliardi di notti totali trascorse dai turisti nel continente europeo (pari a una incidenza del 13,9%), a fronte di una permanenza media di 4,4 notti.

Rispetto agli anni precedenti, nel 2016 l'andamento del Turismo in Libertà ha registrato performance positive ma più contenute rispetto ai numeri del turismo totale in Europa, sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze. Nel dettaglio, tra il 2015 e il 2016 gli arrivi e i pernottamenti in campeggi e aree di sosta sono cresciuti, rispettivamente, del +2,4% e del +1,8%, contro il +5,3% e il +5,7% per il turismo complessivo in Europa.

Francia, Regno Unito, Germania, Italia, Spagna e Svezia conservano la propria leadership di nazioni più inclini verso questa tipologia di vacanza, considerando sia i residenti all'interno di ciascun Paese sia i turisti provenienti dall'estero.

Questi Paesi concentrano infatti 69,4 milioni di arrivi in campeggi e aree di sosta, pari al 76% degli arrivi totali in libertà in tutto il continente, con un aumento del +1,6% rispetto al 2016. Seguono Norvegia, Olanda, Croazia, Danimarca, Portogallo, Austria e Repubblica Ceca.

Complessivamente, le prime 10 mete rappresentano quasi il 90% degli arrivi totali per Turismo in Libertà in Europa e l'Italia è il quarto Paese dove questa forma di turismo riporta la maggiore consistenza, davanti alla Spagna (Grafico 4a).

Vedremo poi nello specifico in quali Paesi il Turismo in Libertà è alimentato prevalentemente dalla domanda interna e dove invece si riscontrano i turisti provenienti dall'estero quali principali utenti di campeggi e aree di sosta. Svezia, Danimarca, Norvegia e Croazia sono invece le destinazioni dove l'incidenza del Turismo in Libertà sul turismo totale proveniente dall'Europa e diretto in questi Paesi è più significativa, con la Svezia che per la prima volta conquista la prima posizione, davanti alle altre nazioni.

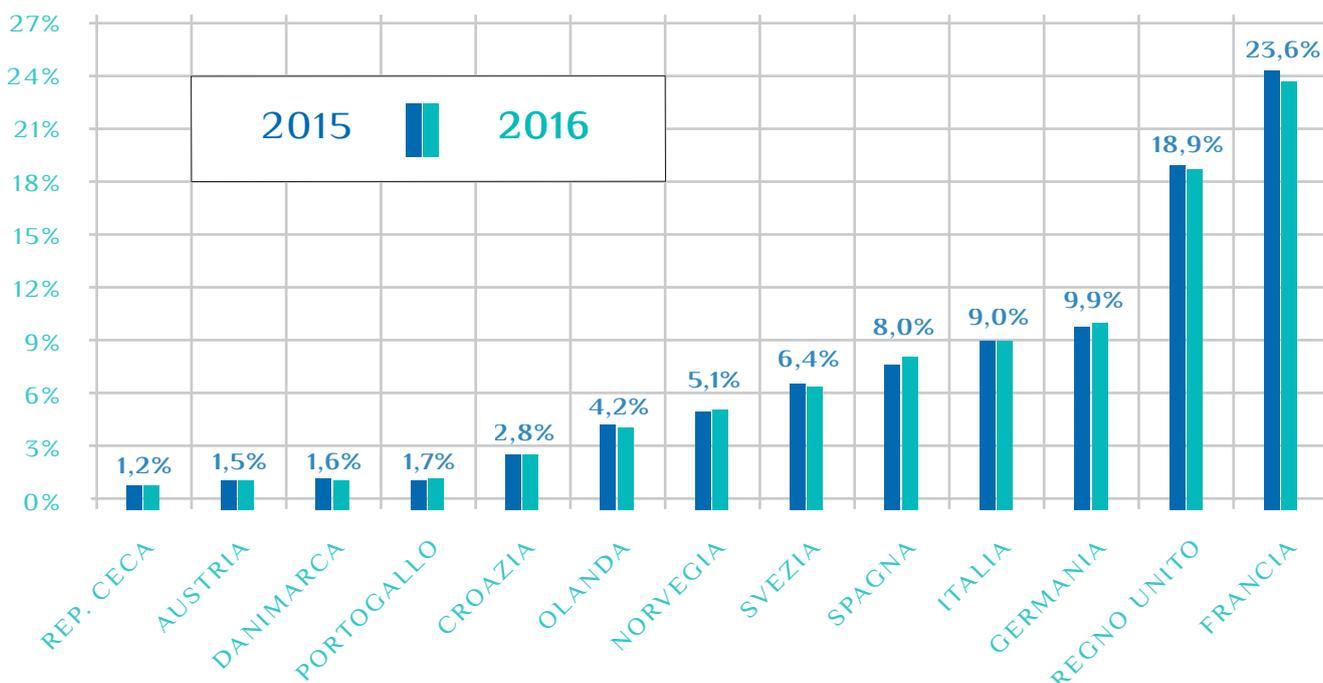


Grafico 4a.
Il Turismo in Libertà in Europa: le destinazioni privilegiate nel 2016
 (% arrivi in Libertà in ciascun Paese sul totale arrivi in Libertà in Europa)

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

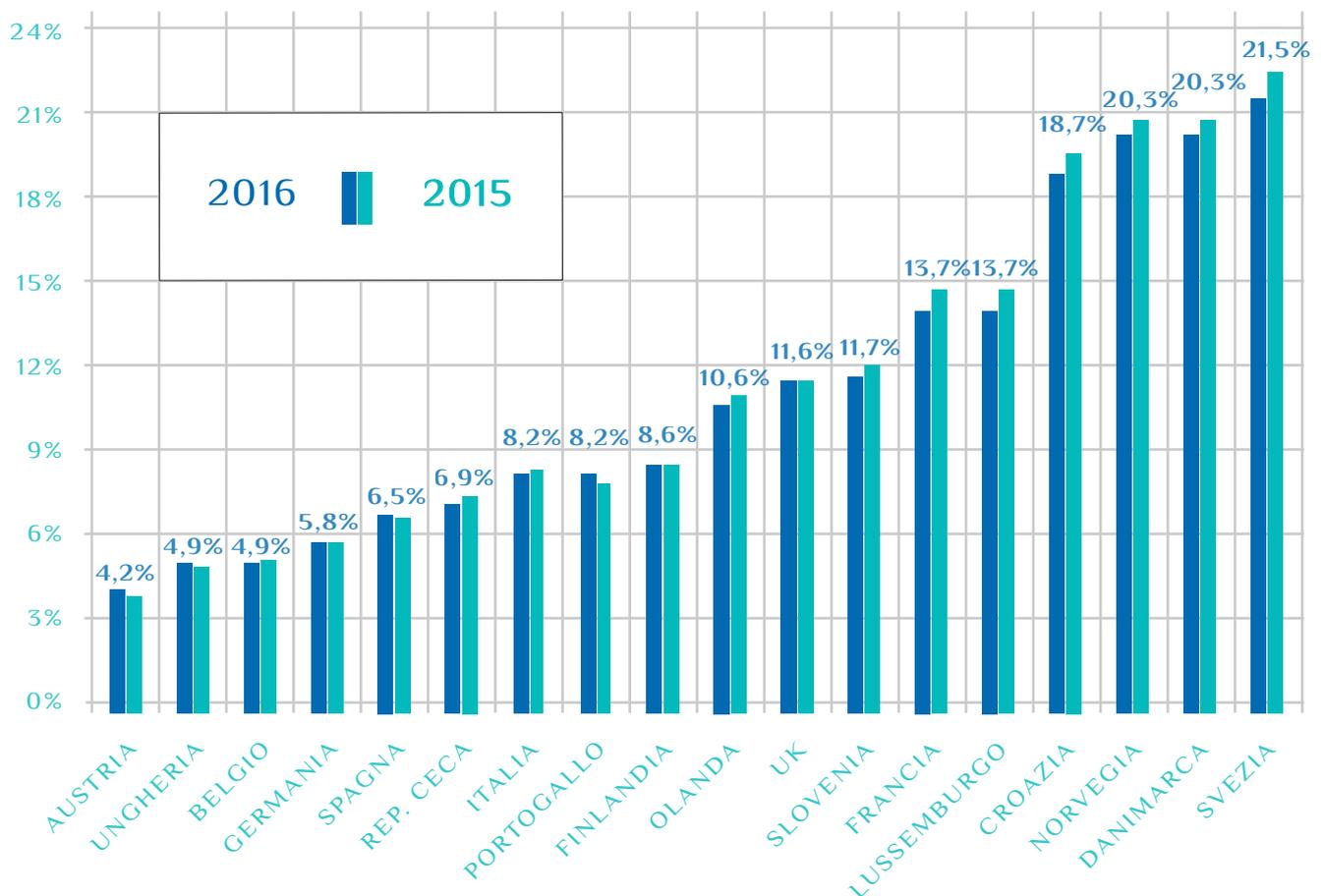


Grafico 4b.

**Importanza del Turismo in Libertà nei Paesi europei: confronto 2015-2016
(Paesi dove incidenza % arrivi in Libertà su arrivi totali dall'Europa è superiore al 4%)**

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Nei primi tre Paesi presi in esame, gli arrivi di turisti domestici ed europei in campeggi e aree di sosta superano il 20% degli arrivi totali, mentre si attestano intorno al 19% in Croazia (Grafico 4b).

Valori intorno all'11-15% si totalizzano in Francia, Lussemburgo, Regno Unito, Slovenia e Olanda, mentre per Finlandia, Italia, Portogallo, Repubblica Ceca e Spagna il range riscontrato è tra il 6% e il 10% degli arrivi totali in ciascuna nazione.

Tra il 4% e il 6%, infine, la quota di turisti in campeggi e aree di sosta in Germania, Belgio, Ungheria e Austria.

Non risulta, invece, rilevante l'impatto del Turismo in Libertà in tutti gli altri Paesi; per esempio, in Grecia, una delle mete turistiche più popolari, l'incidenza è dell'1,5%, data la particolare conformazione geomorfologica del Paese, costituito principalmente anche da isole che richiedono spostamenti via mare e rendono difficile lo sviluppo di strutture ricettive.

Il ruolo del Turismo in Libertà nel comportamento di vacanza di alcuni paesi europei

Come illustrato nella Tabella 4a il Turismo in Libertà occupa un ruolo primario nelle scelte di vacanza dei residenti in alcuni dei principali Paesi europei, prendendo in considerazione sia il turismo domestico che quello all'estero (outgoing).

Sono soprattutto i Paesi nordici ad apprezzare questa tipologia di turismo: in Norvegia e Olanda gli arrivi in campeggi e aree di sosta, sia all'interno del Paese che nel resto d'Europa, rappresentano circa dal 19% al 23% degli arrivi totali e, nel caso dell'Olanda, superano il 30% delle presenze totali. In Danimarca, Regno Unito e Svezia l'incidenza si attesta intorno al 15% in termini di arrivi e tra il 16% e il 27% in termini di pernottamenti.

Anche la Francia registra performance rilevanti, con circa il 12% dei residenti che sceglie di alloggiare

	TURISTI IN LIBERTÀ	NOTTI IN LIBERTÀ	PERM. MEDIA	TURISTI IN LIBERTÀ SUL TOT.	NOTTI IN LIBERTÀ SUL TOT.
AUSTRIA	1.074.490	5.119.587	4,8	5,1 %	8,1 %
CROAZIA	86.895	508.697	5,8	3,1 %	5,8 %
DANIMARCA	1.631.200	11.076.824	6,8	15,2 %	26,9 %
FRANCIA	15.995.650	82.898.094	5,2	11,9 %	23,7 %
GERMANIA	15.052.343	66.354.082	4,4	7,9 %	11,5 %
ITALIA	4.894.699	30.706.553	6,3	6,5 %	12,4 %
NORVEGIA	4.611.727	8.329.969	1,8	23,1 %	19,4 %
OLANDA	8.237.309	46.591.633	5,7	18,6 %	30,9 %
PORTOGALLO	1.076.617	4.582.433	4,2	8,6 %	15,3 %
REGNO UNITO (*)	18.737.487	62.184.835	3,3	15,0 %	16,4 %
SPAGNA	5.464.800	20.818.788	3,8	7,4 %	11,1 %
SVEZIA	4.717.153	13.157.945	2,8	15,8 %	18,9 %

Note: (*) stime

Tabella 4a.

Il Turismo in Libertà dei residenti nei principali Paesi europei nel 2016
(valori assoluti e incidenza % sul turismo totale fatto dai residenti all'interno nel Paese e all'estero)

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

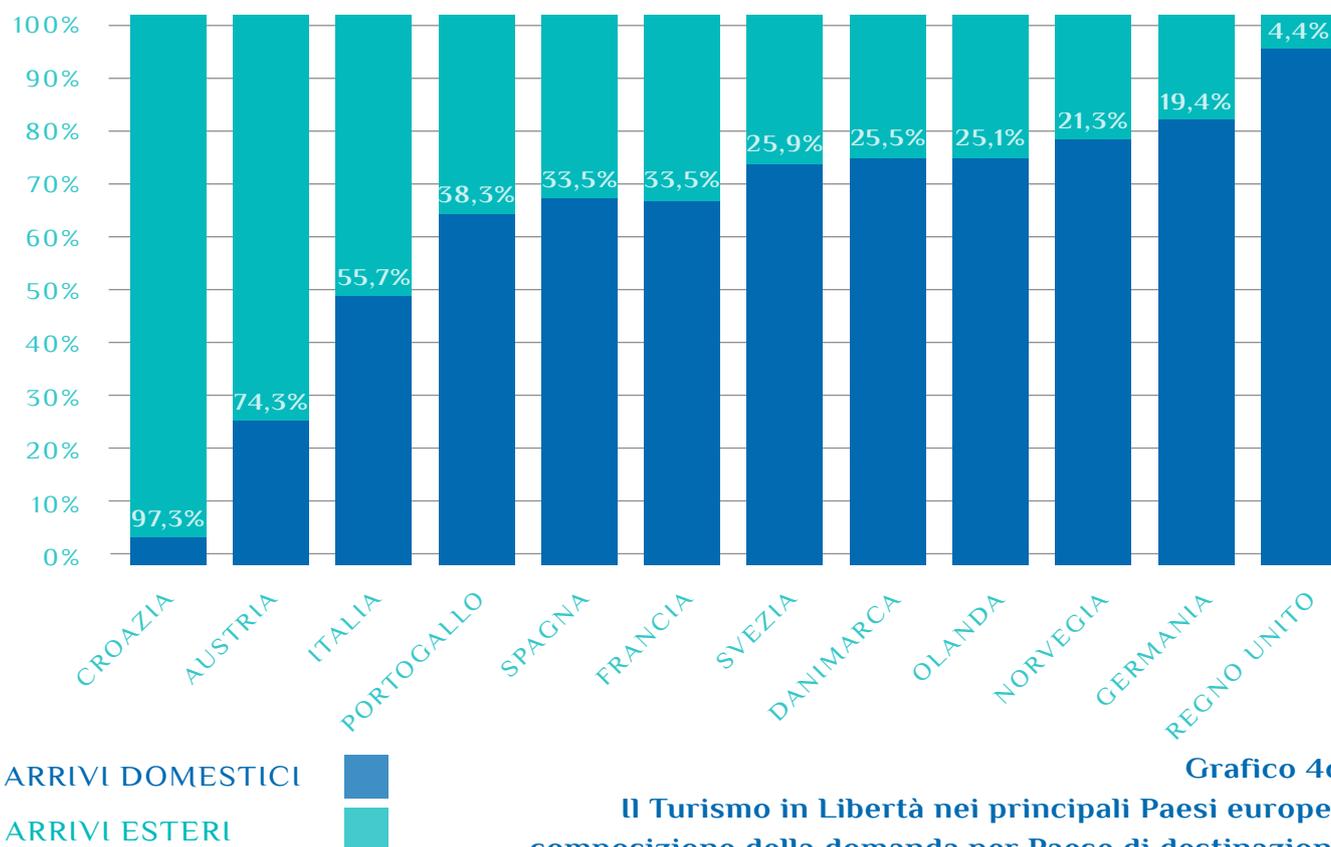


Grafico 4c.

Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei:
composizione della domanda per Paese di destinazione

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

in strutture all'aria aperta, sia durante una vacanza domestica sia durante un soggiorno nel resto d'Europa, generando quasi il 24% dei pernottamenti totali. In Italia, come in Germania, Spagna e Portogallo, i residenti mostrano in proporzione una predilezione più contenuta verso questa tipologia di vacanza: gli arrivi in libertà non superano il 9% degli arrivi totali, sia nel Paese di origine che nel resto d'Europa, mentre le presenze sono inferiori al 16%.

Non influente, infine, il ruolo del Turismo in Libertà nelle vacanze di croati e austriaci rispetto ad altre soluzioni. In questi Paesi, sono i turisti stranieri provenienti dal resto d'Europa i principali ospiti di campeggi e aree di sosta. Da sottolineare, tra 2015 e 2016 la crescita del Turismo in Libertà soprattutto nella penisola iberica. Sempre secondo gli ultimi dati forniti da Eurostat, gli arrivi in campeggi e aree di sosta generati da Portogallo e Spagna sono aumentati, rispettivamente, del +8,6% e +9,1%, alimentati sia dal turismo domestico (che rappresenta la quota più consistente) sia da quello prodotto nel resto d'Europa dai residenti. Nel caso dei pernottamenti, quelli dei Portoghesi sono cresciuti del +10%, in particolare all'interno del Paese, mentre quelli degli Spagnoli del +7%, soprattutto verso il resto d'Europa.

Per quanto riguarda l'Italia, gli arrivi registrano

una stagnazione nel 2016 (-0,4%), dovuta a una significativa flessione del Turismo in Libertà outgoing (-7,9%), solo parzialmente compensato dall'aumento del turismo domestico (+1,1%).

Anche la durata media del soggiorno subisce una leggera contrazione: le notti trascorse dai turisti in campeggi e aree di sosta calano, infatti, del -2,9%, dato che media la diminuzione del -6,7% sui soggiorni outgoing e del -2,4% su quelli domestici.

Turismo in Libertà domestico, *incoming* e *outgoing*: un confronto tra paesi europei

Il Turismo in Libertà è tendenzialmente un turismo di breve-medio raggio, alimentato principalmente dai residenti nel Paese in cui esso si svolge oppure dai turisti provenienti dai Paesi limitrofi.

Solo in Croazia e Austria, oltre 3 Turisti in Libertà su 4 provengono dal resto d'Europa (rispettivamente 97,3% e 74,3% degli arrivi in libertà totali), mentre in Italia il rapporto stranieri/italiani è di circa 56 a 44.

Nelle altre destinazioni è la domanda domestica a essere nettamente prevalente, con punte di quasi il 96% nel Regno Unito, di circa l'80% in Germania, del 79% in Norvegia, del 75% in Olanda e intorno al 74% a pari merito in Danimarca e Svezia (Grafico 4c).

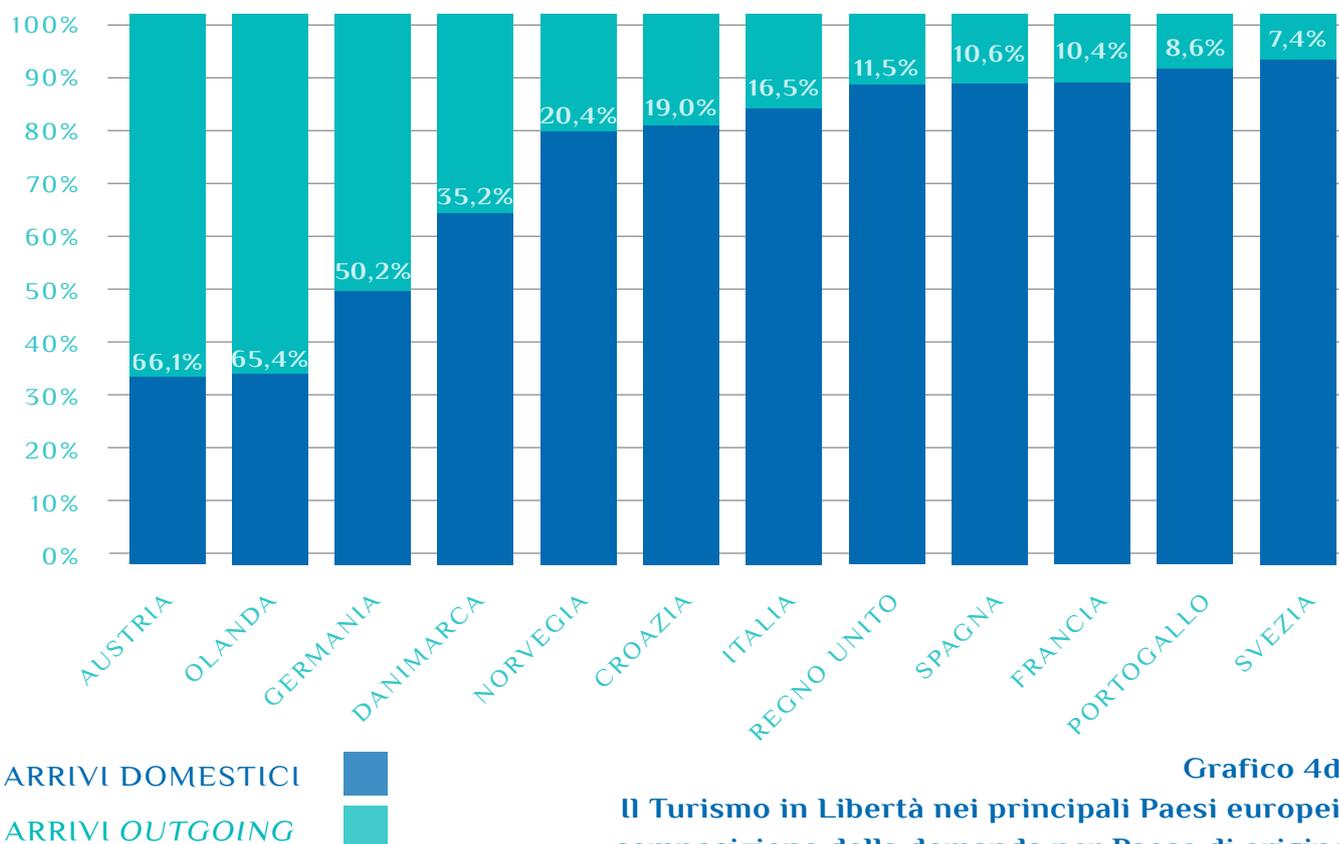


Grafico 4d.
Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei: composizione della domanda per Paese di origine

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Se consideriamo, invece, il Turismo in Libertà generato dai residenti di ciascuna nazione, nel Paese stesso e all'estero, la maggiore predisposizione alla vacanza outgoing si riscontra in Austria e in Olanda, dove rispettivamente il 66% e 65% dei turisti preferisce fare una vacanza in libertà fuori dai confini nazionali. Seguono i turisti tedeschi, dove quasi il 50% sceglie di andare all'estero e i danesi con il 35,2% (Grafico 4d). In tutti gli altri Paesi la vacanza all'interno dei confini nazionali è prevalente, in particolare in Svezia, Portogallo, Francia, Spagna e Regno Unito. In Italia, l'83,5% dei Turisti in Libertà frequenta i campeggi e le aree di sosta nazionali, mentre il 16,5% preferisce andare all'estero.

L'Italia è una delle destinazioni preferite nell'area europea da tutti i principali Paesi di origine considerati (Tabella 4b) e in particolare dai turisti provenienti dai Paesi confinanti. Il Belpaese è la prima meta per i turisti tedeschi e danesi che amano viaggiare in libertà, la seconda per austriaci e francesi, la terza per olandesi, inglesi, spagnoli e portoghesi, e la sesta per gli svedesi.

Un altro aspetto interessante da valutare è la "bilancia del Turismo in Libertà". Tale indicatore mette a confronto i flussi incoming e outgoing in libertà che interessano ciascun Paese, calcolando il saldo dei turisti in entrata e in uscita che alloggiano in campeggi e aree di sosta. Tali flussi possono essere assimilati, dal punto di vista economico, a delle esportazioni e importazioni di persone "fisiche" anziché finanziarie (Grafico 4e).

Da questo punto di vista, anche nel 2016 la Croazia primeggia per una elevata specializzazione sul Turismo in Libertà incoming (indicatore 0,99 in un range tra -1 e 1), in quanto accoglie un notevole numero di turisti europei, mentre pochissimi sono i croati che fanno vacanze in libertà al di fuori dei confini nazionali (Grafico 4e).

Buona la specializzazione incoming anche per Portogallo, Italia, Francia, Svezia e Spagna, dove il rapporto va da un massimo di 0,74 per il Portogallo a un minimo di 0,62 per la Spagna, su un limite superiore di 1. Per l'Italia il valore è di 0,67.

Olanda, Germania, Regno Unito e Danimarca si distinguono, invece, per generare soprattutto Turismo in Libertà verso l'estero, ossia i flussi in uscita dal Paese che scelgono di alloggiare in campeggi e aree di sosta sono decisamente superiori a quelli in entrata per la stessa motivazione (indicatore da un massimo di -0,70 per l'Olanda a un minimo di -0,23 per la Danimarca, su un limite inferiore di -1, come evidenzia il Grafico 4e).

Situazione pressoché bilanciata in Austria e in Norvegia, dove i flussi incoming e outgoing tendono maggiormente a equilibrarsi (rapporto pari a 0,19 e a 0,03 rispettivamente).

PAESE DI ORIGINE	PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE PER TURISMO IN LIBERTÀ (su arrivi 2016)
AUSTRIA	Croazia - Italia - Germania - Francia
DANIMARCA	Italia - Germania - Francia - Svezia
FRANCIA	Spagna - Italia - Portogallo - Croazia
GERMANIA	Italia - Francia - Olanda - Croazia
OLANDA	Francia - Germania - Italia - Spagna
PORTOGALLO	Spagna - Francia - Italia
REGNO UNITO	Francia - Spagna - Italia
SPAGNA	Francia - Portogallo - Italia
SVEZIA	Norvegia - Germania - Danimarca - Finlandia (Italia 6°)

Tabella 4b.
Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei:
destinazioni più popolari per ciascun Paese di origine

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

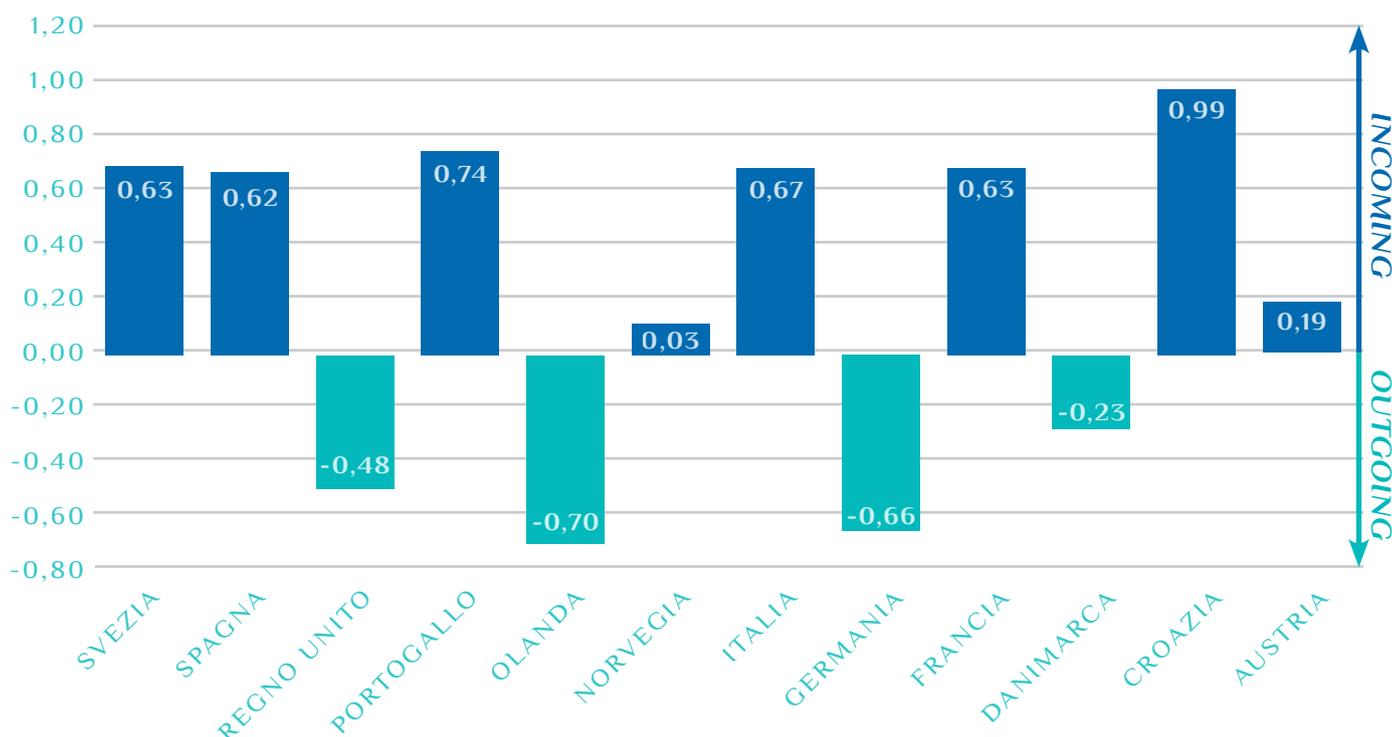


Grafico 4e.

Grado di specializzazione sul Turismo in Libertà incoming o outgoing, per Paese (*)

Nota: () Il grado di specializzazione è stato misurato con la seguente formula:
(flussi incoming Paese/i - flussi outgoing Paese/i) / (flussi incoming Paese/i + flussi outgoing Paese/i)*

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

4.2. Il Turismo in Libertà in Italia nel 2016

Come emerge dai dati forniti da Eurostat e da Banca d'Italia, nel 2016 il Turismo in Libertà in Italia ha registrato performance positive, soprattutto in termini di arrivi. In tutto, si stima che siano stati quasi 8,4 milioni i turisti stranieri e italiani che hanno scelto di visitare il Belpaese in autocaravan, caravan o tenda, pari al 7,2% degli arrivi totali nella nostra Penisola, con un incremento del +3,7% rispetto al 2015. A tali arrivi corrisponderebbero 54,3 milioni di pernottamenti in campeggi e aree di sosta (+1,4% sul 2015, pari al 13,5% delle presenze totali), per un fatturato complessivo di circa 2,9 miliardi di euro (+2,4%). Nel dettaglio, i Turisti italiani in Libertà sono stati circa 4,1 milioni, pari al 6,8% degli arrivi domestici totali, per un totale di circa 27,6 milioni di notti (13,6% delle notti domestiche totali) e un fatturato generale intorno a 1,5 miliardi di euro. Gli arrivi domestici in campeggi e aree di sosta sono aumentati del +1,2% rispetto al 2015, mentre le notti

sono calate del -2,4%, il che evidenzia una leggera contrazione della durata media del soggiorno.

Per quanto riguarda, invece, i turisti incoming, nel 2016 sono stati quasi 4,3 milioni i turisti in autocaravan, caravan e tenda provenienti dall'estero che hanno scelto l'Italia come meta delle loro vacanze, pari al 7,6% degli arrivi totali. Questi arrivi hanno generato a loro volta 26,7 milioni di notti e un fatturato di 1,4 miliardi di euro.

Il Grafico 4f mostra come nel 2016 i Turisti stranieri in Libertà siano cresciuti del +6,3% rispetto al 2015, mentre i pernottamenti in autocaravan, caravan e tenda hanno riportato un aumento del +5,7%, con una leggera riduzione della permanenza media.

In crescita anche le spese effettuate dai turisti stranieri (+7,7%), che si traduce in un aumento sia della spesa media per viaggio che della spesa media per notte.

Le performance del Turismo in Libertà risultano superiori rispetto a quelle del turismo incoming totale in Italia su tutti e tre gli indicatori considerati, in particolare in termini di spesa.

Esaminando le specifiche tipologie del Turismo in Libertà (Grafico 4g), il turismo incoming in

autocaravan continua a svilupparsi rispetto alle altre modalità di vacanza (caravan e tenda), consolidando nettamente i trend degli anni precedenti. Nel 2016, i turisti stranieri in autocaravan sono aumentati del +21,4%, mentre i pernottamenti del +14,6%. Ottima anche la crescita della spesa, che si attesta su +21% rispetto al 2015, il che si traduce in un aumento della spesa media per notte e in una stabilità di quella media per viaggio. In flessione, invece, il turismo incoming in caravan e tenda, che registra una riduzione del -6,6% degli arrivi, del -1,1% delle notti e del -2,5% della spesa. Tali andamenti portano a una equivalente diminuzione della spesa media per notte, mentre è in aumento la spesa media per viaggio.

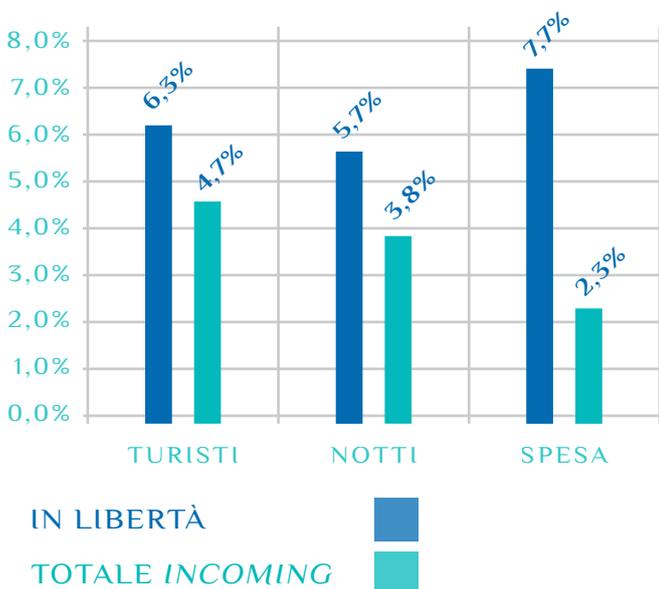


Grafico 4f.
Evoluzione del Turismo incoming in Libertà in Italia rispetto al totale incoming. Var. 2015-16

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

Le origini e le destinazioni

Come emerge anche dai dati 2016 dell'Osservatorio della Banca d'Italia, oltre il 70% dei turisti esteri che scelgono l'Italia per una vacanza in autocaravan, caravan o tenda provengono da quattro principali nazioni: Germania, Olanda, Austria e Francia, generando il 72% della spesa incoming complessiva legata al Turismo in Libertà. Analogamente a quanto rilevato per il 2015, va sottolineato come la dinamica di tali mercati su questa tipologia di turismo risulti leggermente inferiore rispetto al totale incoming proveniente dagli stessi Paesi.

Questo è probabilmente dovuto alla crescita accentuata registrata da altre tipologie di ospitalità (es. alloggi in affitto), che hanno attirato quote crescenti di domanda.

Tale andamento va letto anche in relazione al peso che il Turismo in Libertà proveniente da ciascuno di questi Paesi ha sul turismo totale incoming alimentato dai Paesi stessi. Come si evince dai dati Eurostat e dell'Osservatorio Banca d'Italia (Tabella 4c), il Turismo in Libertà è una motivazione significativa per i turisti olandesi diretti in Italia: circa 29 su 100 che scelgono il nostro Paese come meta delle loro vacanze viaggiano in caravan, autocaravan e tenda, generando il 44,4% delle notti totali incoming e il 16,7% della spesa complessiva. Con 16 Turisti in Libertà su 100 arrivati in Italia, i tedeschi si piazzano al secondo posto generando quasi il 22% dei pernottamenti totali di tedeschi in Italia e quasi il 7% della spesa. Sul terzo gradino del podio si posizionano gli austriaci: circa 10 turisti su 100 in arrivo dall'Austria viaggiano in caravan, tenda e autocaravan, generando il 14,5% delle notti e il 5% della spesa complessiva. Chiudono i francesi, con il 6% dei flussi, il 7,8% delle notti e il 2,3% della spesa generata nella Penisola.

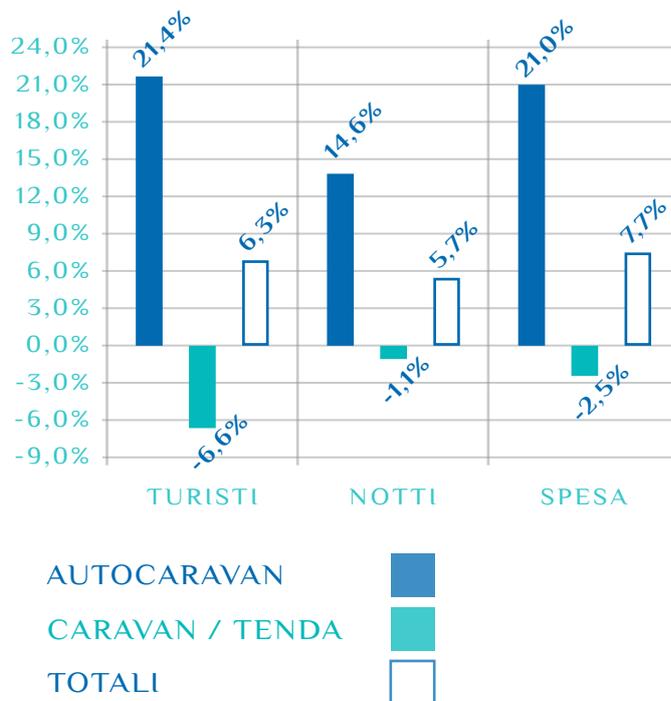


Grafico 4g.
Evoluzione del turismo incoming in caravan, tenda e autocaravan rispetto al totale del Turismo in Libertà. Var. 2015-16

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

Analizzando i dati relativi al solo turismo in autocaravan, i tedeschi si confermano i principali clienti dell'Italia su questo mezzo (41% degli arrivi, 43% delle notti e 42% della spesa sul totale incoming in autocaravan), mentre gli austriaci conquistano il secondo posto, con un'incidenza rispettivamente dell'11%, del 12% e del 10%.

Considerando, invece, l'intero comparto del Turismo in Libertà, nel 2016 emerge che, in media, la maggioranza dei turisti in Libertà provenienti dall'Austria arriva in Italia in autocaravan, contro un'incidenza non superiore al 43% tra i turisti tedeschi, francesi e olandesi.

Per quanto riguarda le destinazioni preferite dai Turisti in Libertà nel Belpaese, come illustrato nella Tabella 4d, il Veneto, scelto in media da più di 1 turista su 3, si conferma come la località più amata dai viaggiatori austriaci, tedeschi e olandesi in autocaravan, caravan e tenda, insieme a Trentino Alto Adige e Lombardia. Gli austriaci e i tedeschi, in particolare, prediligono il Veneto e il Trentino (il 62,5% e il 53% rispettivamente si dirigono in queste Regioni), seguite, nel caso dell'Austria, da Sicilia (10,7%), Toscana (8,4%) e Lombardia (7,8%), mentre per la Germania, da Lombardia (13,8%), Toscana (7,4%) e Puglia (6,8%).

Per i turisti di entrambi questi Paesi prevale l'attrattività delle tradizionali province ad alta concentrazione di località balneari, montane e

PAESI	TURISTI	NOTTI	SPESA
AUSTRIA	9,7 %	14,5 %	5,0 %
FRANCIA	6,0 %	7,8 %	2,3 %
GERMANIA	16,3 %	21,9 %	6,8 %
OLANDA	28,6 %	44,4 %	16,7 %

Tabella 4c.
**Incidenza % del Turismo in Libertà
sul turismo *incoming* in Italia
per i principali Paesi di origine. 2016**

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

lacuali, come Venezia, Verona, Trento e Bolzano, Livorno, Como e Brescia. Oltre al Veneto, gli olandesi apprezzano, invece, la Lombardia (19%), il Trentino Alto Adige (17,8%) e la Liguria (8,6%), con un'attenzione particolare alle province di Verona, Trento, Brescia e Como, vista la storica preferenza per le vacanze al lago, in campagna e in collina. Diverse, rispetto ai turisti precedenti, le scelte dei francesi, più orientati verso l'arte e la cultura: al primo posto troviamo la Toscana (19%), seguita dal Veneto (18,5%), dalla Liguria (11,6%) e dalla Lombardia (10,4%).

AUSTRIACI		FRANCESI		OLANDESI		TEDESCHI	
46,7%	VENETO	19,1%	TOSCANA	34,2%	VENETO	38,0%	VENETO
15,8%	TRENTINO A.A.	18,5%	VENETO	19,0%	LOMBARDIA	14,9%	TRENTINO A.A.
10,7%	SICILIA	11,6%	LIGURIA	17,8%	TRENTINO A.A.	13,8%	LOMBARDIA
8,4%	TOSCANA	10,4%	LOMBARDIA	8,6%	LIGURIA	7,4%	TOSCANA
7,8%	LOMBARDIA	8,3%	PIEMONTE	7,8%	TOSCANA	6,8%	PUGLIA
2,9%	LAZIO	7,4%	EMILIA R.	3,6%	ABRUZZO	4,6%	EMILIA R.
2,4%	FRIULI V.G.	6,8%	LAZIO	1,9%	CAMPANIA	4,3%	LIGURIA
1,8%	SARDEGNA	4,7%	SICILIA	1,5%	UMBRIA	2,8%	FRIULI V.G.
1,1%	PUGLIA	3,0%	SARDEGNA	1,2%	SICILIA	1,9%	ABRUZZO
1,1%	CAMPANIA	2,8%	MARCHE	1,1%	LAZIO	1,4%	LAZIO
1,3%	ALTRE	7,3%	ALTRE	3,2%	ALTRE	4,2%	ALTRE

Tabella 4d.
**Principali Regioni italiane di destinazione dei Turisti in Libertà per Paese di origine
(distribuzione % flussi 2016)**

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Le spese sostenute

Il dato che maggiormente evidenzia l'entità del fatturato generato dai Turisti stranieri in Libertà nel nostro Paese è rappresentato dalle stime di spesa sostenuta. Nel 2016, secondo gli ultimi valori forniti dall'Osservatorio della Banca d'Italia, un turista estero in viaggio in Italia in autocaravan, caravan o tenda, ha speso in media 45 euro al giorno e 406,72 euro per l'intero soggiorno, a fronte di una permanenza media intorno ai 9 giorni (Tabelle 4e e 4f). Questi numeri risultano nettamente inferiori rispetto alla media del turismo incoming totale, che registra rispettivamente una spesa di 98 euro a notte e di circa 649 euro per una vacanza, con una durata media di 6,6 notti.

Per i vacanzieri italiani in libertà lungo la Penisola, si stima invece una spesa media pro capite giornaliera intorno ai 53 euro e per l'intero soggiorno intorno ai 359 euro, a fronte di una durata della permanenza vicino alle 6,8 notti.

Esaminando le spese sostenute dai Turisti esteri in Libertà in Italia, gli olandesi si distinguono per una spesa media a persona per tutto il soggiorno pari a 509,24euro, corrispondente a 45 euro a notte (su una permanenza media di 11,3 notti). Seguono i francesi con 439,86 euro per tutto il soggiorno e quasi 50 euro a notte per persona (durata media del soggiorno: 8,9 notti), i tedeschi con, rispettivamente, 378,45 euro e 42,25 euro per quasi 9 notti e, infine, gli austriaci con 369,80 euro e 42,53 euro per 8,7 notti.

Nel 2016, inoltre, i turisti stranieri in autocaravan in Italia hanno speso in media di più di quelli in caravan e tenda per singolo pernottamento (46,27 euro contro 44,20 euro), mentre in proporzione leggermente meno per l'intero soggiorno (rispettivamente 402,68 euro contro 409,30 euro a persona), considerata una durata della permanenza di poco inferiore (8,7 contro 9,3 notti).

Tra i turisti stranieri in autocaravan, gli olandesi detengono il primato di spesa per quanto riguarda sia l'intero soggiorno (491,87 euro a persona) che per la singola notte (circa 51 euro), per una permanenza di 9,6 giorni. Tra gli amanti delle caravan e della tenda sono sempre gli olandesi al primo posto per la maggiore spesa media totale per il soggiorno (514,65 euro), mentre i francesi per la spesa media pro capite giornaliera (quasi 52 euro).

Considerando sempre la spesa media per il soggiorno, la Tabella 4g chiarisce invece la composizione della spesa sostenuta dai Turisti

stranieri in Libertà in Italia. Questa tipologia di viaggiatori riserva all'alloggio, ovvero al pagamento del campeggio o dell'area di sosta e dei relativi servizi, la quota maggiore del proprio budget (32,6% della spesa), seguita dalla ristorazione (24,9% della spesa), dallo shopping (23,5% della spesa) e dai servizi di trasporto locale (14,3% della spesa, che comprendono carburante, pedaggi autostradali, parcheggi e trasporti pubblici). Quanto alle abitudini di viaggio per segmento di Turismo in Libertà, si

TURISTI ESTERI	44,20	46,27	44,98	98,22
AUSTRIACI	47,78	39,00	42,53	86,78
FRANCESI	51,98	46,39	49,63	84,17
OLANDESI	43,29	51,09	44,86	77,92
TEDESCHI	40,58	44,98	42,25	80,92

Tabella 4e.
Turisti stranieri in Libertà in Italia.
Spesa media pro capite giornaliera nel 2016 (in euro)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

TURISTI ESTERI	409,30	402,68	406,72	649,31
AUSTRIACI	348,89	389,43	369,80	393,13
FRANCESI	429,11	453,97	439,86	504,30
OLANDESI	514,65	491,87	509,24	559,20
TEDESCHI	358,72	411,31	378,45	496,28

Tabella 4f.
Turisti stranieri in Libertà in Italia.
Spesa media pro capite per il soggiorno nel 2016 (in euro)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

evidenza come i turisti incoming che viaggiano in autocaravan preferiscano viaggi on the road: destinano, infatti, una quota in proporzione inferiore del proprio budget all'alloggio (30% contro il 34% dei turisti in caravan e tenda), e spendono, viceversa, di più per la ristorazione (27,9% contro 23,6%) e leggermente di più per i parcheggi e i trasporti locali (14,5%) rispetto a chi viaggia in caravan e tenda. Sostanzialmente in linea la spesa per shopping, pari al 23% circa della spesa totale.

Le abitudini di spesa per i viaggiatori in autocaravan variano anche, come si evince dal Tabella 4h, in funzione del Paese di provenienza. Nel 2016 sono olandesi e tedeschi a destinare la quota principale del budget all'alloggio, scegliendo campeggi o altre strutture a pagamento, con una quota rispettivamente del 37,7% e del 35,0% sulla spesa totale, mentre per austriaci e francesi l'incidenza è,

	IN LIBERTÀ	TENDA / CARAVAN	AUTOCARAVAN
ALLOGGIO	32,6%	33,8%	30,0%
RISTORAZIONE	24,9%	23,6%	27,6%
TRASPORTI	14,3%	14,2%	14,5%
ACQUISTI	23,5%	23,5%	23,4%
ALTRO	4,7%	4,9%	4,5%

Tabella 4g.

La distribuzione del budget di spesa totale dei turisti esteri in Libertà in Italia, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

rispettivamente, intorno al 24,2% e 17%. Ma i turisti francesi in autocaravan sono anche i turisti più mobili sul territorio, spendendo per trasporti locali, parcheggi, ecc. una quota pari a quasi il 33,2%, contro il 14-17% degli altri Paesi. Ciò è probabilmente legato non solo alla loro inclinazione verso il Turismo in Libertà, ma anche al fatto che includono la spesa per l'area di sosta (attrezzata o meno) nella voce parcheggi. Nel caso della ristorazione, la sua incidenza è più consistente sempre nel budget di spesa dei viaggiatori francesi in autocaravan ma

anche degli austriaci, con una quota in entrambi i casi superiore al 30%, mentre per tedeschi e olandesi siamo intorno al 23-24%.

Lo shopping sembra invece avere un'importanza relativa maggiore nel paniere di spesa dei turisti in autocaravan di lingua tedesca (austriaci 27,5%, tedeschi 24,6%), mentre per gli olandesi siamo intorno al 19% e per i francesi al 14%.

	FRANCIA	OLANDA	GERMANIA	AUSTRIA
ALLOGGIO	16,9%	37,7%	35,0%	24,2%
RISTORAZIONE	31,5%	24,2%	23,3%	30,2%
TRASPORTI	33,2%	17,2%	14,3%	13,8%
ACQUISTI	13,6%	18,8%	24,6%	27,5%

Tabella 4h.

La distribuzione del budget di spesa dei camperisti esteri in Libertà in Italia, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

4.3. Il Turismo in Libertà degli italiani all'estero nel 2016

Come emerso in precedenza, la maggior parte dei Turisti italiani in Libertà sceglie l'Italia come meta per la loro vacanza, mentre poco meno di 1 su 5 preferisce recarsi all'estero. Secondo gli ultimi dati forniti da Eurostat e dall'Osservatorio della Banca d'Italia, si stima che nel 2016 siano circa 851 mila i Turisti italiani in Libertà che hanno varcato i confini nazionali, per 5,6 milioni di notti e una spesa di circa 277 milioni di euro. Complessivamente, questa tipologia di turismo rappresenta il 3% dell'intero movimento italiano all'estero, il 2% delle notti e l'1,4% della spesa totale.

L'autocaravan rappresenta il mezzo preferito per fare un viaggio all'estero: il 67% degli arrivi e il 74% delle notti trascorse all'estero sono appannaggio dei turisti che scelgono questo mezzo, e circa il 65% della spesa complessiva.

Le destinazioni

Per quanto concerne le destinazioni, le località estere preferite nel 2016 sono, nell'ordine, Francia, Austria, Germania, Spagna, Grecia, Croazia e Slovenia. Questi Paesi concentrano l'89% dei flussi italiani diretti all'estero, l'82% delle notti e il 75% della spesa complessiva in libertà.

Considerando l'incidenza che ha per gli italiani questa modalità di turismo sul totale del movimento diretto in ciascun Paese e sulla spesa effettuata, la vacanza in libertà rappresenta meno del 3% del movimento turistico e intorno all'1,3% del fatturato generato da turisti italiani in Germania, Grecia e Spagna, intorno al 3-4% dei flussi e al 2% del fatturato in Francia e Austria, mentre raggiunge il 4-5% degli arrivi e delle presenze e il 3% della spesa in Croazia e Slovenia. Comparando, inoltre, queste mete in base al veicolo ricreazionale utilizzato, l'autocaravan tende ormai a prevalere in 5 destinazioni su 7. In particolare, Spagna, Francia e Slovenia sono in proporzione i Paesi preferiti dagli italiani che si

muovo in autocaravan nel 2016, conquistando da un massimo del 90% a un minimo del 57% della domanda italiana in libertà diretta in queste nazioni. Segue la Germania, dove gli italiani in autocaravan sono circa il 53% dei Turisti in Libertà, mentre in Croazia, Grecia e Austria prevale ancora, in proporzione, la tenda e la caravan. Nei primi due casi l'incidenza è pari al 93% e all'88% rispettivamente, mentre nel terzo al 54%.

Le spese sostenute

Come illustrato nelle Tabelle 4i e 4l, un Turista in Libertà italiano all'estero spende mediamente 38,33 euro al giorno e 322,64 euro circa per l'intero soggiorno. Gli italiani in caravan e tenda nel 2016 hanno effettuato delle spese maggiori: 51,34 euro al giorno e 341,82 euro per la vacanza, con una permanenza media intorno alle 7 notti. I turisti in autocaravan, invece, si attestano sui 33,77 euro per notte e i 313,28 euro per il soggiorno, a fronte di una permanenza media superiore (9,3 notti).

EURO	TENDA / CARAVAN	AUTOCARAVAN	IN LIBERTÀ	TOTALE OUTGOING
ITALIANI ALL'ESTERO	341,82	313,28	322,64	701,31
FRANCIA	282,68	267,93	269,33	375,22
AUSTRIA	110,52	181,34	143,26	281,87
GERMANIA	255,23	197,14	224,24	446,75
SPAGNA	344,84	586,68	553,48	656,67
GRECIA	312,79	173,24	296,68	610,56

Tabella 4i.

Turisti italiani in Libertà all'estero. Spesa media pro capite per soggiorno a destinazione nel 2016

EURO	TENDA / CARRELLO / CARAVAN	AUTOCARAVAN	TOTALE IN LIBERTÀ	TOTALE OUTGOING
ITALIANI ALL'ESTERO	51,34	33,77	38,33	75,32
FRANCIA	64,07	28,82	30,49	57,09
AUSTRIA	52,16	40,29	44,49	82,65
GERMANIA	54,05	42,13	47,72	72,69
SPAGNA	37,72	41,94	41,54	68,01
GRECIA	30,89	29,74	30,81	70,65

Tabella 4l.

Turisti italiani in Libertà all'estero. Spesa media pro capite giornaliera a destinazione nel 2016

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

La diversa durata della vacanza è anche legata al fatto che su distanze più lunghe sia l'autocaravan il mezzo preferito, mentre tra caravan e tenda in generale è spesso la seconda, la modalità più apprezzata dagli italiani che viaggiano all'estero, soprattutto per una questione di praticità di spostamento. Tali spese risultano comunque inferiori agli importi del turismo outgoing generale, rispetto al quale si rileva una media di 75,32 euro a notte e circa 701,31 euro complessivi, spesi per la vacanza, in base a quanto rivelano i dati dell'Osservatorio della Banca d'Italia. La spesa degli italiani all'estero subisce delle variazioni anche in base alla meta prescelta, data la diversa durata del soggiorno – in Spagna sono in media 13,3 giorni, 10,1 in Grecia, 8,8 in Francia 4,7 in Germania e 3,2 in Austria – la distanza percorsa e quindi il mezzo utilizzato/tipo di sistemazione prescelta. La destinazione dove la spesa media pro capite per notte è più elevata è la Germania, con quasi 47,72 euro a notte, mentre quella dove risulta più bassa è la Francia con 30,49 euro.

Per quanto riguarda l'intero soggiorno, la spesa maggiore si registra in Spagna (553,48 euro), mentre quella minore in Austria con 143,26 euro. In Francia si spendono mediamente 269 euro a soggiorno, mentre in Grecia 296,68 euro (corrispondenti a 30,81 euro a notte). Considerando i mezzi scelti dai Turisti italiani in Libertà, per coloro che si muovono in autocaravan la Spagna continua a essere il Paese dove l'intero soggiorno ha un prezzo più elevato, 586,68 euro in media a persona, mentre in Grecia la spesa più contenuta (173,24 euro). Per quanto riguarda, invece, la spesa media pro capite per notte, l'italiano che si muove in autocaravan spende più della media in

Germania (42,13 euro), Spagna (41,94 euro) e Austria (40,29 euro), mentre meno della media in Francia (28,82 euro) e Grecia (29,74 euro). La varietà di spesa, come segnalato in precedenza, è legata sia alla diversa durata del viaggio, sia, nel caso soprattutto della Francia, alla maggiore presenza di aree di sosta esterne ai campeggi. Proporzioni leggermente diverse per il turista in caravan e tenda: la Spagna risulta la meta dove si spende di più (344,84 euro a persona per il soggiorno), mentre l'Austria quella dove si spende di meno (110,52 euro).

Rispetto alla spesa media pro capite per notte, è invece la Francia il Paese dove gli italiani in caravan e tenda spendono di più (64,07 euro), mentre la Grecia quello dove spendono di meno (30,89 euro).

Analizzando le spese, la Tabella 4m mostra come, nel 2016, il 26,3% della spesa complessiva dei turisti italiani all'estero sia destinata al pagamento di campeggi e aree di sosta con servizi collaterali, mentre il 29,5% al vitto, il 21,3% ai servizi per il trasporto locale (carburante, pedaggi autostradali, parcheggi e trasporti pubblici) e il 16,8% allo shopping.

Per i viaggiatori in tenda e caravan l'incidenza dell'alloggio risulta più contenuta (22,8%) rispetto a coloro che viaggiano in autocaravan (27,8%). Questo può essere dovuto, come nel caso della tenda, alla presenza di vacanze fatte anche per altre motivazioni (es. visita a parenti e amici), dove la sistemazione viene spesso fornita a titolo gratuito. Per quanto riguarda le altre voci, il vitto, i trasporti locali e lo shopping mostrano una relativa maggiore incidenza tra i turisti in autocaravan, mentre le altre spese tra i viaggiatori in tenda e caravan.

	IN LIBERTÀ	TENDA / CARAVAN	CAMPER / AUTOCARAVAN
ALLOGGIO	26,3%	22,8%	27,8%
VITTO	29,5%	27,9%	30,2%
TRASPORTI LOCALI	21,3%	18,2%	22,7%
SHOPPING	16,8%	15,3%	17,5%
ALTRO	6,1%	15,8%	1,8%

Tabella 4m.

La distribuzione del budget di spesa dei turisti italiani in Libertà all'estero nel 2016, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

KEY POINTS

1. Nel 2016, il 9% dei turisti in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta, per un totale di 86,1 milioni di arrivi e 382 milioni di presenze.

2. Francia, Regno Unito, Germania, Italia e Spagna sono i Paesi a livello europeo dove si concentra maggiormente il Turismo in Libertà, composto sia da residenti che da turisti provenienti dal resto del continente. Svezia, Danimarca, Norvegia e Croazia sono invece i Paesi dove il Turismo in Libertà è la più diffusa forma di vacanza.

3. L'Italia è una delle mete preferite dal Turista in Libertà europeo, proveniente in particolare dai Paesi confinanti. Nel 2016 la Penisola è la prima destinazione per i viaggiatori tedeschi e danesi, la seconda per gli austriaci e i francesi, mentre la terza per olandesi, britannici, spagnoli e portoghesi.

4. Nel 2016 sono stati 4,3 milioni i turisti stranieri che hanno scelto l'Italia, con un aumento del +6,3% rispetto al 2015, per 26,7 milioni di notti e un fatturato di 1,4 miliardi di euro. Il turismo internazionale rappresenta circa il 51% degli arrivi, il 49% delle notti e il 48% del fatturato totali del Turismo in Libertà nello Stivale.

5. Germania, Olanda, Austria e Francia si confermano i principali "clienti" del nostro Paese mentre l'autocaravan vede crescere il suo ruolo come mezzo privilegiato per raggiungerlo, soprattutto per i vacanzieri francesi.

6. Il Veneto mantiene il suo ruolo di leader nella classifica delle mete italiane preferite dai Turisti stranieri in Libertà, seguito da Trentino Alto Adige, Lombardia e Toscana.

7. La spesa media di un Turista straniero in Libertà in Italia si aggira intorno ai 45 Euro al giorno per persona e sui 407 euro, sempre a persona, per l'intero soggiorno.

8. I Turisti stranieri in Libertà in Italia riservano la quota maggiore del proprio budget all'alloggio (32,6% della spesa totale), seguito dalla ristorazione (24,9%), dallo shopping (23,5%) e dalle spese per parcheggi e trasporti locali (14,3%).

9. Nel 2016 sono circa 851 mila i turisti italiani che hanno soggiornato all'estero in autocaravan, caravan e tenda, generando 5,6 milioni di notti e un fatturato intorno ai 277 milioni di euro. Questa tipologia di turismo rappresenta circa il 3% dell'intero movimento italiano all'estero e meno del 2% della spesa totale.

10. Francia, Austria, Germania, Spagna, Grecia, Croazia e Slovenia sono le principali destinazioni dei Turisti italiani in Libertà diretti all'estero, concentrando l'89% dei flussi italiani outgoing, l'82% dei pernottamenti e il 75% della spesa. La spesa media sostenuta dal viaggiatore italiano all'estero è di poco inferiore ai 45 euro in media al giorno e di 412 euro pro capite per l'intera vacanza.

5.

L'OSSERVATORIO SUL TURISMO IN LIBERTÀ NELLE REGIONI ITALIANE



5.1 Gli obiettivi dell'Osservatorio

APC, in aggiunta alle rilevazioni sul Turismo in Libertà in Italia e in Europa, riportate nel Capitolo precedente, ha istituito dal 2013, sempre grazie alla preziosa collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Osservatorio sul Turismo in Camper e in Libertà nelle Regioni italiane. Obiettivo dell'Osservatorio è quello di tracciare la diffusione di questa tipologia di turismo nelle diverse Regioni allo scopo di evidenziare il grado di attrattività e specializzazione ricettiva nei singoli territori.

Tra i principali argomenti che vengono approfonditi nell'ambito di questo monitoraggio:

- i valori di turisticità in libertà, intesa come capacità di attrazione dei turisti in autocaravan, caravan o tenda e loro distribuzione/concentrazione sul territorio;
- gli indici di ricettività in libertà, elaborati sia in base al grado di specializzazione e qualità dell'offerta ricettiva, sia in base alla distribuzione e concentrazione delle aree di sosta sul territorio;
- il grado di sensibilità e di attenzione nei confronti di questo settore turistico da parte dei Comuni e delle amministrazioni locali, intesa come disponibilità ad investire nel potenziamento delle strutture ricettive in libertà.

5.2 Gli indicatori utilizzati

Gli indici analizzati dall'Osservatorio sono sintetizzati nella Tabella 5a. Per ognuno di questi

(turisticità, ricettività e sensibilità), è stata effettuata una valutazione attraverso l'utilizzo di uno o più indicatori, espressi secondo una scala di valori in centesimi (0-100). Inoltre per ciascun parametro, il valore assunto da ogni Regione è stato poi rapportato alla Regione con il valore più alto del requisito in questione. Nel corso degli anni, l'indicatore di sensibilità è stato ulteriormente affinato includendo altri dati, tra cui il numero di Comuni partecipanti/vincitori del Bando APC "I Comuni del Turismo in Libertà" in ciascuna Regione, così come il numero di volte in cui ciascun Comune ha partecipato al Bando.

Così facendo è possibile rilevare sia l'interesse del territorio regionale ad investire nel Turismo in Libertà per implementare la qualità dell'offerta e dei servizi proposti, sia la capillarità e diffusione delle proposte nel proprio territorio.

5.3 I valori di turisticità in libertà

Entrando nello specifico, i valori di turisticità relativi a ogni Regione sono stati elaborati in base al grado di attrazione della domanda di Turismo in Libertà, quantificando il peso dello specifico segmento rispetto all'intero movimento turistico regionale. Esaminando i dati del 2016, l'Italia come destinazione turistica registra risultati alquanto positivi, riportando un incremento sia del turismo straniero che di quello italiano, anche se l'andamento risulta differenziato nelle diverse Regioni. Gli arrivi sono stati più significativi rispetto alle presenze, con una tendenziale leggera diminuzione nella durata del soggiorno. Rispetto a tale andamento, l'evoluzione del Turismo in Libertà degli italiani è stata più contenuta rispetto al turismo domestico totale, mentre i flussi di turisti stranieri in camper, caravan



L'OSSERVATORIO SUL TURISMO IN LIBERTÀ NELLE REGIONI ITALIANE

ASPETTI ANALIZZATI	INDICATORI	SIGNIFICATO
I VALORI DI TURISTICITÀ IN LIBERTÀ	Capacità di attrazione della domanda in libertà	Quota % di turisti totali in campeggi e aree attrezzate sui turisti complessivi per Regione ⁽¹⁾
	Intensità del Turismo in Libertà	Distribuzione / concentrazione dei turisti in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione ⁽²⁾
GLI INDICI DI RICETTIVITÀ IN LIBERTÀ	Grado di specializzazione dell'offerta in libertà	Quota % di posti-persona ^(*) in campeggi e aree attrezzate sull'offerta ricettiva totale per Regione ⁽⁵⁾
	Qualità delle aree di sosta	Incidenza % delle aree di sosta attrezzate sulle aree di sosta totali per Regione ⁽⁴⁾
	Densità dell'offerta in libertà	Distribuzione / concentrazione di posti-persona ^(*) in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione ⁽⁵⁾
IL GRADO DI SENSIBILITÀ VERSO IL TURISMO IN LIBERTÀ	Concentrazione Comuni partecipanti / vincitori del Bando APC "I Comuni del Turismo in Libertà"	Quota % di Comuni partecipanti e vincitori ^(**) del Bando APC nel periodo 2001-2016 per Regione sul totale dei Comuni partecipanti in Italia ⁽⁶⁾
	Concentrazione Comuni che hanno partecipato più volte al Bando APC "I Comuni del Turismo in Libertà"	Quota % di Comuni che hanno partecipato più volte al Bando APC nel periodo 2001-2017 per Regione sul totale dei Comuni partecipanti più volte in Italia ⁽⁶⁾

Note: ^(*) Con posto-persona si intende il posto occupato dal singolo turista in sosta per la notte in un campeggio o in un'area (equivalente al posto letto nelle strutture alberghiere ed extralberghiere)

^(**) Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e Comuni partecipanti e vincitori dal 2008-09 al 2014-17

Tabella 5a.
Osservatorio sul Turismo in Camper e in Libertà nelle Regioni italiane.
Gli aspetti analizzati e gli indicatori utilizzati

Fonti dei dati:

⁽¹⁾⁽²⁾ ISTAT, Banca d'Italia

⁽³⁾⁽⁵⁾ ISTAT e stime Ciset su dati Osservatorio PleinAir

⁽⁴⁾ Dati Osservatorio PleinAir

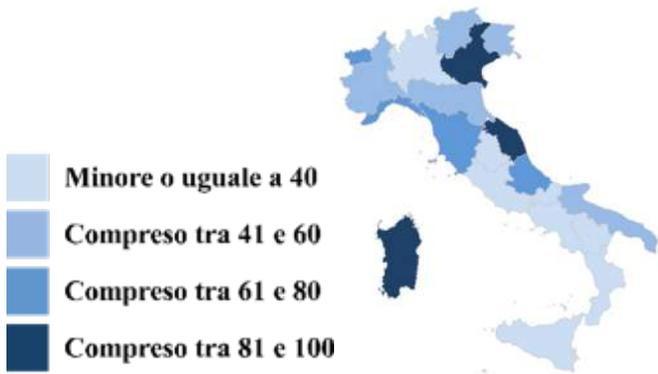
⁽⁶⁾ Dati APC

e tenda sono aumentati più del turismo incoming totale, come già illustrato nel Capitolo 4.

A fronte di queste tendenze, come evidenza la Mappa 5a, Sardegna, Marche e Veneto continuano a detenere una posizione di leadership, con un valore del parametro di riferimento uguale o superiore a 81 su 100, seguite da Abruzzo, Valle d'Aosta, Toscana e Liguria (indicatore tra 61 e 80 su 100). L'incidenza del Turismo in Libertà sulla domanda turistica totale è invece inferiore (indicatore inferiore a 40 su 100) nel Sud Italia, in particolare in Basilicata, Sicilia, Calabria, Campania e Molise, ma anche al Nord e

al Centro, in Lombardia, Emilia Romagna, Umbria e Lazio. Valori medi di attrazione (indicatore tra 41 e 60 su 100) si riscontrano in Trentino Alto Adige, Puglia, Friuli Venezia Giulia e Piemonte.

Paragonando questi risultati con quelli pubblicati nell'Osservatorio 2017 (e riferiti ai valori del 2015), si evince come le posizioni di testa rimangano sostanzialmente invariate, con la Sardegna in pole position, seguita di poco dalle Marche e poi dal Veneto. Le Marche, in particolare, continuano a detenere in modo costante, nel corso degli anni, un alto livello di attrattività nei confronti del



Capacità di attrazione della domanda (indice 0-100)

Mappa 5a.
Capacità di attrazione della domanda del Turismo in Libertà per Regione.
Peso dei turisti in libertà in campeggi e aree attrezzate sulla totalità dei turisti per Regione.

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia e ISTAT

Turismo in Libertà, anche se nel 2015 sono state superate dalla Sardegna. Anche Abruzzo, Valle d'Aosta, Toscana e Liguria conservano le posizioni acquisite, presidiando il secondo gruppo, a fronte di un aumento dei flussi in campeggi e aree attrezzate superiore rispetto ai flussi turistici totali in tutte le Regioni citate, ad eccezione dell'Abruzzo.

Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Puglia e Trentino Alto Adige rimangono nel terzo gruppo (indicatore tra 41 e 60), con il Piemonte e il Friuli che superano la Puglia come punteggio. Scivola, invece, nell'ultimo gruppo l'Emilia Romagna (indicatore inferiore a 40 su 100), dove il turismo degli Italiani e degli stranieri in campeggi e aree di sosta registra una battuta d'arresto a fronte della crescita, invece, del turismo totale diretto nella Regione. Insieme all'Emilia Romagna troviamo, tra le Regioni settentrionali, la Lombardia; tra quelle centrali, il Lazio e l'Umbria; mentre tra quelle meridionali, Molise, Campania, Calabria, Sicilia e Basilicata. Nell'ambito di quest'ultima categoria, Lombardia e Molise migliorano la propria performance, mentre l'Umbria rimane invariata e le altre Regioni evidenziano una leggera diminuzione del valore dell'indicatore. L'attrattività è stata inoltre analizzata anche in base all'intensità della domanda di Turismo in Libertà, ovvero alla sua concentrazione o distribuzione rispetto al totale della popolazione e della superficie territoriale. La Mappa 5b vede al top nel gruppo di testa Veneto e Trentino Alto Adige

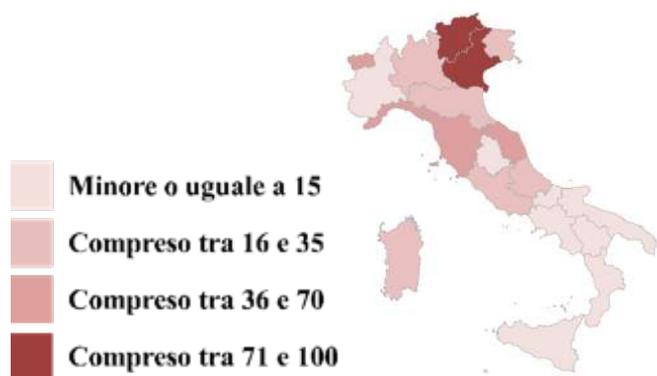
(indicatore superiore a 71 su 100), raggiunte dalla Valle D'Aosta, che ritorna in prima posizione come nel 2014. Si tratta di Regioni caratterizzate da una particolare conformazione orografica del territorio, soprattutto quelle prettamente montane, mentre nel Veneto primeggiano le località balneari della costa adriatica e il Lago di Garda, ricche di strutture ricettive attrezzate, oltre che quelle dolomitiche.

Nel secondo gruppo, si piazzano Marche, Toscana e Liguria (indicatore tra 36 e 70). In generale l'Italia settentrionale e centrale continuano a rappresentare l'area con la maggiore intensità media di domanda di Turismo in Libertà, mentre nella maggior parte delle Regioni meridionali, tale parametro risulta essere inferiore o uguale a 15 su 100. Ciò determina al Sud, una notevole frammentazione della domanda legata, come vedremo più avanti, ad una parimenti frammentata offerta ricettiva in libertà, spesso gestita da privati, rispetto all'intera ospitalità regionale.

5.4 Gli indici di ricettività del Turismo in Libertà

Il grado di specializzazione dell'offerta in libertà, ossia l'incidenza della capacità ricettiva proposta da campeggi e aree di sosta camper rispetto all'accoglienza turistica totale delle singole Regioni, risulta in tendenziale diminuzione rispetto all'anno precedente in diversi territori, soprattutto dal lato dei campeggi. Similmente a quanto evidenziato nell'Osservatorio 2017, ciò è probabilmente legato non tanto ad una contrazione dell'offerta in libertà in valore assoluto, quanto ad una crescita della ricettività da parte di altre tipologie di strutture (ad esempio, alloggi in affitto), in proporzione superiore rispetto a quella all'aria aperta.

Tale fenomeno va poi ad incidere sulle quote relative all'interno delle varie Regioni. Come illustrato nella Mappa 5c, le Marche si confermano la Regione caratterizzata da un'elevata specializzazione dell'offerta in libertà, decisamente superiore alla media (indicatore tra 81 e 100), seguite da Liguria, Abruzzo e Valle d'Aosta. In particolare, la Liguria e soprattutto l'Abruzzo vedono migliorare il punteggio raggiunto all'interno della categoria, mentre la Valle D'Aosta riporta una leggera flessione. Situazione pressoché stabile per la seconda fascia (indicatore compreso tra 61 e 80), composta da Toscana, Puglia, Veneto, Sardegna e Lombardia. Rimane, invece,



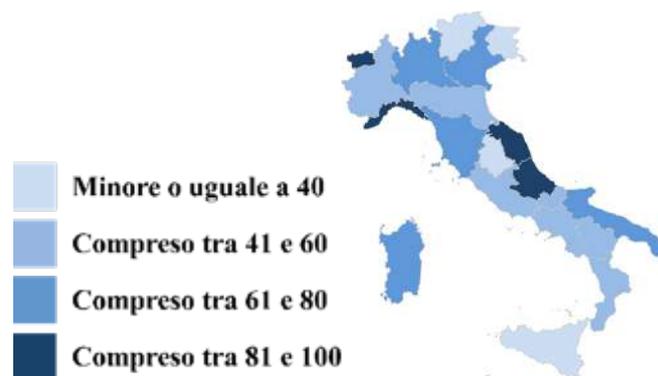
Intensità della domanda (indice 0-100)

Mappa 5b.
Intensità della domanda del Turismo in Libertà. Distribuzione / concentrazione dei turisti in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione.

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia e ISTAT

basso il livello di specializzazione (indicatore minore o uguale a 40) per Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige al Nord, Umbria per il Centro e Sicilia per il Sud. Indice di ricettività in libertà su valori medi, infine, per Piemonte, Emilia Romagna, Lazio, Calabria, Campania, Basilicata e Molise. Da sottolineare, come Emilia Romagna, Lazio e Calabria vedano incrementare il loro punteggio nell'ambito della stessa categoria, mentre quello della Basilicata tende a calare. Le Marche registrano un certo equilibrio tra l'evoluzione nella specializzazione dell'offerta e la capacità di attrazione della domanda (confronto tra le Mappe 5a e 5c). In questa Regione, infatti, l'alta quota di domanda di Turismo in Libertà, rispetto alla domanda turistica regionale totale, è associata ad un peso significativo dei posti-persona disponibili in campeggi e in aree attrezzate, rispetto all'intera offerta ricettiva regionale. Pressoché in linea anche gli indicatori di domanda e offerta per Toscana, Piemonte e Sicilia, che rientrano nella stessa classe di valori, sebbene più contenuti rispetto alle Marche.

In Veneto, Sardegna, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, invece, la capacità di attrarre i Turisti in Libertà si mantiene decisamente superiore alla specializzazione regionale dell'offerta ricettiva in questo ambito. Ciò dipende, nelle prime due Regioni, dalla presenza di strutture turistico-ricettive in libertà di medio-grandi dimensioni, che offrono maggiori opportunità di occupazione. Per

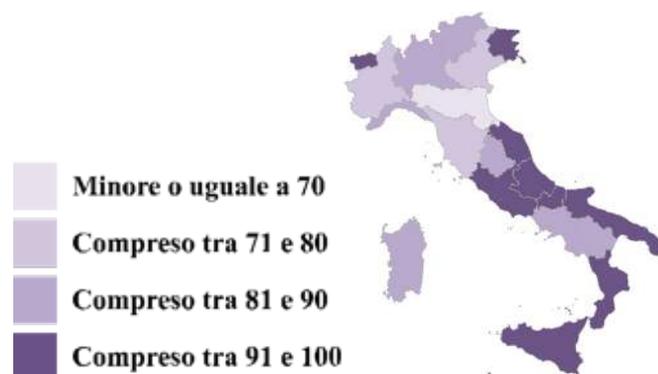


Grado di specializzazione sull'offerta (indice 0-100)

Mappa 5c.
Grado di specializzazione sull'offerta in libertà. Peso dei posti-persona in campeggi e aree attrezzate sull'offerta ricettiva totale in Regione

Elaborazioni e stime Ciset su ISTAT e Osservatorio PleinAir

contro, in tutte le altre Regioni, la specializzazione dell'offerta risulta in proporzione più elevata rispetto alla capacità di attrazione della domanda, con differenziazioni più rilevanti soprattutto per Liguria, Puglia, Lombardia, Lazio, Emilia Romagna, Calabria e Basilicata. Per quanto riguarda, invece, la qualità delle aree di sosta, misurata in termini di peso delle aree attrezzate sulle aree di sosta totali presenti in ciascuna Regione, si riscontra una costante crescita negli ultimi anni sull'intero territorio nazionale.

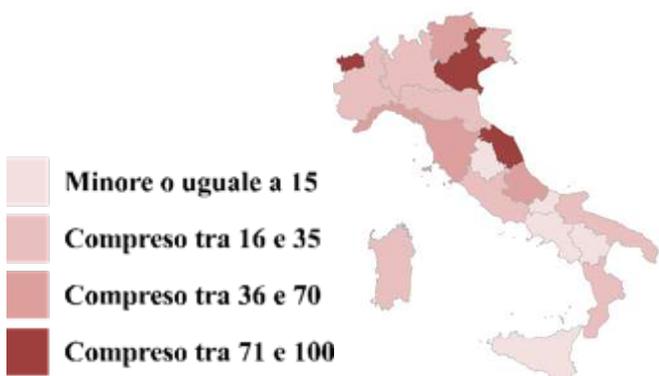


Qualità delle aree di sosta (indice 0-100)

Mappa 5d.
Qualità delle aree di sosta per Regione. Incidenza delle aree di sosta attrezzate sulle aree di sosta totali per Regione.

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

A partire dai dati forniti dall'Osservatorio PleinAir, la Mappa 5d evidenzia come quasi la metà delle Regioni italiane, presenti un valore dell'indicatore superiore a 91 su 100, mentre la maggioranza risulta superiore a 81 su 100. La concentrazione più alta di aree attrezzate si registra in Puglia, Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta, Abruzzo, Sicilia, Marche, Molise, Lazio e Calabria, analogamente a quanto già registrato nel 2015. Fanalino di coda l'Emilia Romagna (indicatore minore o uguale a 70), dove l'incidenza in proporzione inferiore di tali aree è compensata da una elevata presenza di punti di sosta e camper service. Paragonando il livello qualitativo delle aree di sosta con il grado di specializzazione dell'offerta in libertà (Mappe 5d e 5c), Marche, Valle d'Aosta e Abruzzo, si confermano come migliori Regioni sia per la consistenza dell'offerta complessiva in libertà, sia per la qualità delle aree di sosta. In Emilia Romagna, invece, il peso di entrambi gli indicatori risulta in proporzione più basso rispetto alla media nazionale. In aggiunta, Valle d'Aosta, Marche e Veneto sono anche le Regioni che vantano la maggiore densità dell'offerta attrezzata in libertà, misurata in proporzione al numero di abitanti e all'estensione del territorio regionale (indicatore uguale o superiore a 71 su 100), come si evince dalla Mappa 5e. Seguono Liguria, Toscana, Trentino Alto Adige e Abruzzo (indicatore tra 36 e 70), analogamente a quanto visto nel 2015. La concentrazione dell'offerta risulta superiore a quella della domanda nelle



Densità dell'offerta attrezzata (indice 0-100)

Mappa 5e.
Densità dell'offerta attrezzata in libertà.
Distribuzione / concentrazione di posti-persona in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione.

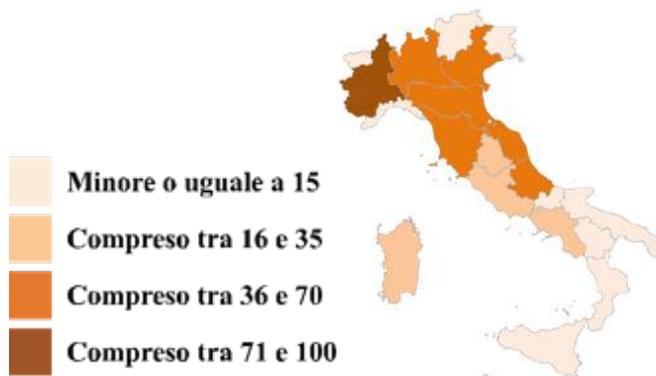
Elaborazioni e stime Ciset su ISTAT e Osservatorio PleinAir

Marche, in Abruzzo, in Puglia, nel Lazio e in Calabria. Situazione inversa in Trentino Alto Adige, dove la concentrazione della domanda rientra in un range di parametri superiori a quelli dell'offerta (confronto tra le Mappe 5e e 5b). In generale, è il Sud Italia a distinguersi per la minore densità di ospitalità in libertà (indicatore uguale o inferiore o uguale a 15 su 100). Nel Nord Ovest e in gran parte del Nord Est, come pure in Emilia Romagna, in Umbria e Toscana al Centro, e nella maggior parte delle Regioni del Sud, i risultati dal lato dell'offerta sono pressoché in linea con quelli della domanda, rientrando nello stesso range di indicatori.

5.5 Il grado di sensibilità verso il Turismo in Libertà

L'ultima rilevazione effettuata dall'Osservatorio riguarda il livello di attenzione e sensibilità delle Regioni nei confronti del Turismo in Libertà (Mappa 5f). Dall'Osservatorio 2015, la valutazione di tale capacità è stata affinata, per ciascuna Regione, prendendo in esame altri due elementi:

- il livello di interesse, espresso dalla quota di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato al Bando di APC "I Comuni del Turismo in Libertà" sul totale dei Comuni partecipanti e vincitori in Italia;



Sensibilità delle Regioni (indice 0-100)

Mappa 5f.
Sensibilità e attenzione delle Regioni verso il Turismo in Libertà (*)

(*) Nota: l'indicatore totale è stato costruito combinando, per ciascuna Regione, il livello di interesse e l'insensibilità di partecipazione, assegnando al primo un'importanza relativa (peso) del 60% mentre al secondo del 40%.

Elaborazioni Ciset su dati APC

- l'intensità di partecipazione, ossia la quota di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato a più edizioni del Bando, sul numero totale dei Comuni italiani partecipanti più volte all'iniziativa.

Dal confronto tra questi due ulteriori parametri si evince sia l'interesse delle amministrazioni locali di investire in questa tipologia di turismo che la capillarità delle proposte, nonché la perseveranza nel voler migliorare la qualità dell'offerta e dei servizi destinati alla domanda all'aria aperta.

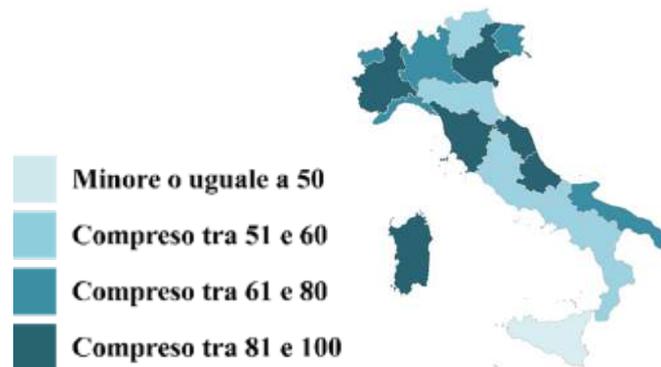
Nello specifico, sono stati esaminati i Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e tutti i Comuni partecipanti dal 2008 al 2017.

In base a questi parametri, il Piemonte si conferma Regione leader, con la maggiore densità di Comuni inclini ad investire nel potenziamento della ricettività in libertà (indicatore uguale o superiore a 71 su 100), seguita da Toscana, Abruzzo, Emilia Romagna, Lombardia, Marche, Lazio, Umbria e Veneto (indicatore tra 36 e 70 su 100). Tuttavia, rispetto all'Osservatorio 2017, varia la graduatoria interna a questa seconda fascia, con l'ingresso di Lazio e Umbria (fino all'anno scorso nel terzo gruppo), e con l'Emilia Romagna che supera la Lombardia. Buona la sensibilità anche di Calabria, Campania, Sardegna, Sicilia e Friuli Venezia Giulia (indicatore tra 16 e 35 su 100). In questo caso, sono soprattutto Friuli Venezia Giulia, Calabria e Sicilia che migliorano la loro performance. Al contrario, Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Liguria, Molise, Puglia e Basilicata sono le Regioni che presentano la minore densità di Comuni partecipanti al Bando rispetto alla media (indicatore inferiore o uguale a 15 su 100).

5.6 Considerazioni conclusive

In base ai risultati prodotti dall'Osservatorio 2018, il Turismo in Libertà in Italia è diffuso capillarmente sul territorio nazionali con aree di maggiore concentrazione. La Mappa 5g sintetizza geograficamente i valori forniti dai quattro principali indicatori esaminati, ovvero: la capacità di attrazione della domanda, il grado di specializzazione dell'offerta in libertà, la qualità delle aree di sosta e il livello di sensibilità dei Comuni.

Marche, Abruzzo, Piemonte, Toscana e Sardegna si confermano ancora le Regioni con le migliori prestazioni (indicatore tra 81 e 100). Il Veneto guida



Sensibilità delle Regioni (indice 0-100)

Mappa 5g. Migliori performance. Combinazione degli indicatori relativi alla capacità di attrazione della domanda, al grado di specializzazione dell'offerta in libertà, alla qualità delle aree di sosta e al livello di sostenibilità dei Comuni

Elaborazioni Ciset su dati ISTAT, Banca d'Italia, Osservatorio PleinAir, APC

il secondo gruppo, seguito da Liguria, Valle d'Aosta, Puglia e Lombardia (indicatore tra 61 e 80). Il Trentino Alto Adige si sposta, invece, nel terzo gruppo, mentre la Sicilia rimane in ultima (indicatore inferiore o uguale a 50 su 100). Le Marche conservano il loro ruolo di Regione con le migliori performance in tutti gli indicatori presi in esame dall'Osservatorio, sia dal punto di vista dell'attrattività della domanda, sia della specializzazione dell'offerta rivolta ai turisti in libertà, in particolare nelle aree di sosta multifunzionali e di qualità. Al secondo posto si piazza l'Abruzzo che, nonostante una leggera frenata rispetto ai dati 2015 in termini di capacità di attrazione della domanda, ottiene risultati più performanti in termini di qualità dell'offerta di aree attrezzate e di sensibilità del territorio nei confronti del Turismo in Libertà. Sul terzo gradino del podio si colloca il Piemonte, che mantiene la più alta concentrazione di Comuni sensibili al Turismo in Libertà a livello nazionale, oltre a buoni numeri registrati sia dal lato della domanda che dell'offerta.

Per quanto riguarda, invece, Toscana e Sardegna, entrambe le Regioni consolidano le posizioni registrate nell'Osservatorio 2017, al pari del Veneto. Anche Valle d'Aosta e Puglia ottengono risultati interessanti, nonostante la limitata partecipazione al Bando APC, grazie ai valori positivi dal lato dell'offerta in libertà nell'ambito del sistema turistico territoriale, ma soprattutto data l'elevata incidenza di aree di sosta attrezzate.

KEY POINTS

- 1.** Sardegna, Marche e Veneto sono le Regioni con la maggiore capacità attrattiva verso il Turismo in Libertà. La quota percentuale dei turisti che alloggia in campeggi e aree di sosta rispetto alla domanda regionale totale è la più elevata a livello nazionale (oltre il 10% su una media nazionale del 7%).
- 2.** L'intensità della domanda in libertà è invece massima in Veneto e Trentino Alto Adige (indicatore superiore a 71 su 100).
- 3.** La specializzazione dell'offerta ricettiva rivolta ai turisti in autocaravan, camper e tenda risulta nettamente superiore alla media nelle Marche, seguite da Liguria, Abruzzo e Valle d'Aosta (indicatore superiore a 81 su 100). Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Umbria, Molise e Sicilia presentano invece un grado di specializzazione minimo (indicatore minore di 40 su 100).
- 4.** Quasi la metà delle Regioni italiane presenta una notevole qualità delle aree di sosta attrezzate (indicatore superiore a 90 su 100), tra cui Puglia, Friuli Venezia Giulia, Valle D'Aosta, Abruzzo, Sicilia, Marche, Molise, Lazio e Calabria.
- 5.** Valle d'Aosta, Marche e Veneto sono le Regioni con la maggiore densità di offerta ricettiva in libertà (indicatore superiore a 71 su 100), seguite da Liguria, Toscana, Trentino Alto Adige e Abruzzo (indicatore tra 36 e 70).
- 6.** Esaminando i Comuni partecipanti al Bando APC per l'assegnazione di contributi finalizzati alla realizzazione di aree di sosta multifunzionali e sostenibili, le Municipalità del Piemonte si confermano quelle più interessate e sensibili all'accoglienza in libertà, al pari di quelle di Toscana, Abruzzo, Lombardia, Emilia R, Marche e Veneto. In particolare, Liguria, Abruzzo, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Puglia e Piemonte sono, invece, le Regioni dove in proporzione è più elevato il numero di Comuni partecipanti a più edizioni del bando APC (oltre l'85%).
- 7.** Anche per l'edizione 2017, la Regione Marche riporta i risultati migliori in tutti gli indicatori analizzati dall'Osservatorio, rappresentando quindi uno dei territori che investe maggiormente nelle potenzialità di questa modalità turistica, sia dal punto di vista dell'offerta rivolta ai turisti itineranti, sia della domanda in libertà sul totale regionale.
- 8.** Dopo l'exploit dell'anno scorso, l'Abruzzo rallenta leggermente il passo in termini di capacità di attrazione della domanda, ma migliora la sua performance in termini di qualità dell'offerta di aree attrezzate e di sensibilità del territorio nei confronti del Turismo in Libertà.
- 9.** Il Piemonte conserva il primato di Regione con la più alta concentrazione di Comuni sensibili al Turismo in Libertà a livello nazionale, a cui si aggiungono buoni risultati registrati sia dal lato della domanda che dell'offerta.
- 10.** Marche, Abruzzo, Piemonte, Toscana e Sardegna si confermano ancora come le Regioni con le migliori performance, in termini di combinazione dei diversi indicatori dell'Osservatorio 2017.

6.

ANALISI DELLA RETE TURISTICO- RICETTIVA



6.1 L'ospitalità itinerante in libertà in Italia

Secondo le rilevazioni fornite dalla rivista PleinAir, nel 2017 si sono registrate 2.258 aree di sosta presenti al di fuori dei campeggi su tutto il territorio italiano.

Come evidenziato dalla Tabella 6a, il sistema turistico-ricettivo in libertà del Belpaese si può ripartire in tre categorie: aree attrezzate (70,6% delle aree totali), camper service (15,8%) e punti di sosta non attrezzati (13,6%). Similmente allo scorso anno, la gestione delle aree di sosta risulta equamente distribuita tra Comuni e operatori privati, grazie al notevole incremento delle aree private negli ultimi due anni (+7,6% nel 2015 e +5,8% nel 2016).

Nei parchi italiani sono localizzate il 7,8% delle aree di sosta attrezzate, di cui il 61% in quelli nazionali e il 39% in quelli regionali.

PUNTI DI SOSTA	CAMPER SERVICE	AREE ATTREZZATE
13,6%	15,8%	70,6%

Tabella 6a.
Area di sosta in Italia nel 2017.
Distribuzione % per tipologia

	PUNTI DI SOSTA	CAMPER SERVICE	AREE ATTREZZATE	AREE TOTALI
NORD OVEST	16,2	31,0	19,8	20,4
NORD EST	33,4	30,0	21,2	23,9
CENTRO	24,4	24,4	25,6	25,3
SUD E ISOLE	26,0	14,6	33,4	30,4

Tabella 6b.
Area di sosta in Italia. Distribuzione % per tipologia a livello di macro-area territoriale

*Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir
La banca dati Plein Air raccoglie e incrocia informazioni provenienti da diverse fonti: Comuni, privati (che comunicano l'apertura dell'area), elenchi istituzionali e comunicazioni fornite dai lettori*

Diversamente, i camper service si trovano principalmente per il 38,4% lungo le aree autostradali.

Senza prendere in esame queste ultime⁽¹⁾, il 44,3% delle aree totali si trova nel Nord Italia, di cui il 23,9% a Nord Est, mentre il 20,4% a Nord Ovest.

Come illustrato nella Tabella 6b, al Sud e al Centro si registrano, rispettivamente, il 30,4% e il 25,3% delle aree italiane totali. Parallelamente, le aree di sosta attrezzate sono per il 41% posizionate nel Settentrione, mentre il 33,4% al Sud e nelle Isole ed il 25,6% al Centro. Sempre al Nord si concentra la maggiore parte dei camper service, con una incidenza del 61% sul totale italiano, di cui il 31% nel Nord Ovest e il 30% nel Nord Est, mentre i punti di sosta sono presenti soprattutto al Nord Est (33,4% dei totali) e al Sud e nelle Isole (26% dei totali).

Glossario

PUNTO DI SOSTA

Si tratta di uno spazio essenziale dove è consentita solo la sosta e non offre servizi aggiuntivi. Queste aree devono essere adeguatamente segnalate e illuminate.

CAMPER SERVICE

Area non adibita alla sosta prolungata, ma finalizzata al rifornimento dei veicoli (carico, scarico delle acque, rifornimento idrico ed elettrico). E' dotata di un sistema per lo scarico delle acque reflue (fossa biologica impermeabilizzata oppure di tipo prefabbricato), acqua potabile, bocchette per le acque e prese di corrente, generalmente a moneta o gettone. Alcuni di questi spazi offrono del personale o sono affiancati a stazioni di servizio.

AREA DI SOSTA ATTREZZATA

Spazio completo di ogni servizio. Consente la sosta sia per brevi periodi sia per più pernottamenti. A disposizione: carico e scarico acque, aree picnic, docce, toilette, allaccio elettrico, uffici turistici e quanto possa aiutare a facilitare il soggiorno e il pernottamento dei turisti. Generalmente queste piazzole di sosta si trovano su un fondo asfaltato, ghiaioso o, più raramente, su fondo erboso.

⁽¹⁾ Per tali aree non si dispone di una ubicazione territoriale precisa. Inoltre, alcune di queste aree sono a ridosso di due Regioni.

6.2 Le strutture ricettive a livello regionale

In base alle stime del mensile PleinAir (Tabella 6c), il Piemonte, con l'11,5% delle aree totali, conquista anche nel 2017 il podio come Regione con il maggior numero di aree di sosta, seguito da Emilia Romagna (9,8% delle aree di sosta totali), Toscana (9,4%), Veneto (8,0%) e Marche (7,4%). Ottima performance anche per la Puglia (7,1% delle aree totali), che detiene il primato tra le Regioni meridionali per offerta di

PIEMONTE	11,5
EMILIA ROMAGNA	9,8
TOSCANA	9,4
VENETO	8,0
MARCHE	7,4
PUGLIA	7,1
SICILIA	6,3
LAZIO	5,2
LOMBARDIA	5,1
CAMPANIA	4,5
ALTRE	25,7

Tabella 6c.

Aree di sosta totali in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

PIEMONTE	19,7
EMILIA ROMAGNA	17,4
TOSCANA	12,7
VENETO	9,9
LOMBARDIA	9,4
MARCHE	6,1
CAMPANIA	3,8
SICILIA	3,8
SARDEGNA	3,8
UMBRIA	3,3
ALTRE	10,3

Tabella 6e.

Camper service in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

aree di sosta, piazzandosi davanti alla Sicilia (6,3%) e alla Campania (4,5%), e dagli ultimi tre anni rientra nelle prime dieci Regioni a livello nazionale.

Confrontando anche le diverse tipologie di aree, lo scenario non muta. Il Piemonte si conferma al primo posto anche per quanto concerne le aree di sosta attrezzate (10,7% delle aree attrezzate totali), seguito, come si evince dalla Tabella 6d, da Toscana (8,7%), Puglia (8,4%), Marche (8,2%), Veneto (7,5%) ed Emilia Romagna (7,3%). E' ancora il Piemonte a detenere la leadership anche per l'offerta di camper service, come risulta dalla Tabella 6e, con il 19,7% sul totale delle aree presenti in Italia, seguito da

PIEMONTE	10,7
TOSCANA	8,7
PUGLIA	8,4
MARCHE	8,2
VENETO	7,5
EMILIA ROMAGNA	7,3
SICILIA	6,8
LAZIO	5,3
LOMBARDIA	5,0
CAMPANIA	4,7
ALTRE	27,3

Tabella 6d.

Aree di sosta attrezzate in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

EMILIA ROMAGNA	17,5
TOSCANA	11,4
PIEMONTE	10,1
VENETO	9,7
LAZIO	6,5
PUGLIA	5,2
SICILIA	5,2
MARCHE	3,9
TRENTINO ALTO ADIGE	3,6
CAMPANIA	3,6
ALTRE	23,4

Tabella 6f.

Punti di sosta in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

Emilia Romagna (17,4% dei totali), Toscana (12,7%), Veneto (9,9%) e Lombardia (9,4%). Tuttavia, rispetto al 2016 il Piemonte riduce la sua quota di 1,7 punti percentuali, a fronte di una leggera crescita di quelle di Toscana, Veneto e Lombardia. Più contenuta, invece, l'offerta al Sud: le prime Regioni, Puglia e Campania, totalizzano meno del 4% dei camper service nazionali. Per i punti di sosta (Tabella 6f) è l'Emilia Romagna a farla da padrone con la maggiore concentrazione (17,5% rispetto al totale dei punti di sosta presenti sul territorio nazionale). Sul secondo gradino del podio anche la Toscana (11,4% dei totali), mentre a seguire il Piemonte (10,1%), il Veneto (9,7%) e il Lazio (6,5%). Le prime Regioni del Sud sono Puglia e Sicilia, in sesta e settima posizione, con una quota del 5,2% ciascuna sui punti di sosta totali.

Quanto alla tipologia di gestione, pubblica o privata, delle aree di sosta, il Nord con il 55,6% del totale, si conferma la macro-area con il numero più elevato di strutture ricettive comunali, seguito dal Centro (29%

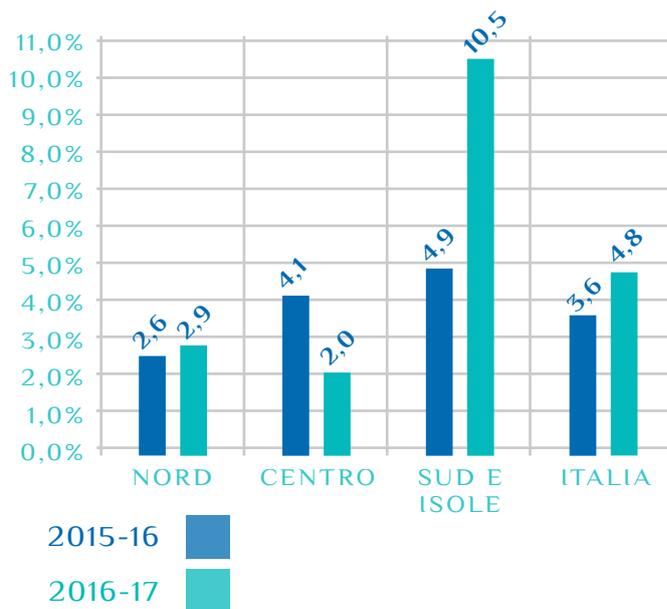


Grafico 6a.
Are di sosta in Italia: dinamica 2015-17 per macroarea territoriale (var. annue %)

	PRIVATE	COMUNALI
NORD OVEST	12,2%	26,8%
NORD EST	18,3%	28,8%
CENTRO	20,8%	29,0%
SUD E ISOLE	48,7%	15,3%

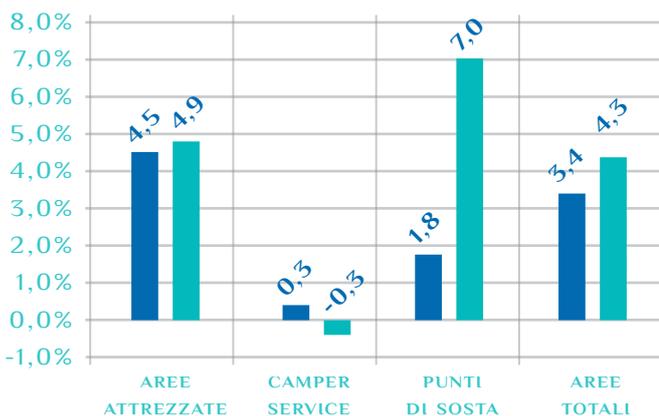
Tabella 6g.
Are di sosta in Italia: distribuzione % per modalità di gestione a livello di macroarea territoriale

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

delle totali) e dal Sud e Isole (15,3% delle totali). Il 48,7% delle aree di sosta nazionali a gestione privata è invece localizzato nel Mezzogiorno e nelle Isole, il 30,5% al Nord e il 20,8% nel Centro (Tabella 6g).

Da sottolineare, a dimostrazione di come l'Italia sia incline verso questa tipologia di turismo, il dato di crescita medio annuo del numero di aree di sosta totali, pari al +4,2% nel triennio 2015-2017. Tale valore nasconde un andamento differenziato nei due bienni, con un aumento del +3,6% tra 2015 e 2016 e del +4,8% tra 2016 e 2017. Come si evince dal Grafico 6a, sia tra 2015 e 2016 sia tra 2016 e 2017,





2015-16 ■
2016-17 ■

Grafico 6b.

Aree di sosta in Italia: dinamica 2015-2017 per tipologia di area (var. annue%)

sono principalmente il Sud e le Isole a registrare gli incrementi maggiori (+4,9% e +10,5%), mentre risultano più contenuti al Nord (+2,6% e +2,9%).

Paragonando le diverse tipologie di aree di sosta, il Grafico 6b mostra come nei tre anni considerati le aree attrezzate e i punti di sosta abbiano riportato l'aumento più rilevante. I punti di sosta, in particolare, dopo un incremento del +1,8% tra 2015 e 2016 registrano un vero e proprio exploit nel 2017, con un'impennata a +7%. Sostanziale stabilità, invece, per i camper service, che vedono annullata nel 2017 la leggera crescita evidenziata nel 2016.

PUNTI DI SOSTA	AREE DI SOSTA	AGRI-CAMPEGGI
34,7%	22,4%	43,0%

Tabella 6h.
Aree di sosta AgriPleinAir in Italia.
Distribuzione % per tipologia

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

Oltre a queste soluzioni, si aggiungono anche le aree e punti AgriPleinAir che includono 519 strutture in tutto il Paese: di queste, il 57,1% è costituito da aree e punti di sosta che consentono il parcheggio del veicolo all'interno di realtà aziendali per 24 ore, gratuitamente oppure a seguito di consumazione di un pasto e/o acquisto dei prodotti tipici locali. Il restante 43% è rappresentato da aree di sosta localizzate all'interno di agriturismi con uno spazio dotato di tutti i servizi necessari (illuminazione, acqua e attacco elettrico) (Tabella 6h).

Inoltre il Belpaese dispone di 223 agricampeggi, strutture in crescita rispetto all'anno precedente (+3,2%), a fronte invece di una diminuzione del numero totale di punti AgriPleinAir (-0,9%) soprattutto per la contrazione delle aree di sosta.

Le aree all'interno di agriturismi si trovano soprattutto al Nord (36,1% dei punti AgriPleinAir totali) e al Centro (35,7% dei totali) e in misura minore al Sud e nelle Isole (28,2% dei totali).

6.3 Il Bando “I Comuni del Turismo in Libertà”

Come anticipato nei precedenti capitoli, tra i più importanti provvedimenti adottati da APC per promuovere il Turismo in Libertà, si segnala il tradizionale Bando “I Comuni del Turismo in Libertà”, attivo sin dal 2001 e realizzato in collaborazione con ANCI-Associazione Nazionale Comuni Italiani, Federparchi- Europarc Italia, Federterme e FEE-Fondazione per l’Educazione Ambientale. L’obiettivo del Bando, nato su iniziativa del Past President APC Luano Niccolai, è proprio quello di incrementare la diffusione di questa tipologia di vacanza potenziando il sistema ricettivo italiano. A tal fine viene erogato ai Comuni vincitori per ciascuna delle quattro categorie in cui si articola il Bando, un contributo economico di 20 mila euro, per finanziare la realizzazione di nuove aree di sosta camper multifunzionali. Tra i parametri presi in considerazione viene valorizzato il rispetto dei criteri di sostenibilità ed eco-compatibilità e la qualità dei servizi offerti agli utenti di Veicoli Ricreazionali. Da quando è stato istituito, il Bando ha consentito l’apertura in 20 Regioni diverse di oltre 44 nuove aree.

6.4 Modelli di marketing territoriale

Sempre più amministrazioni locali guardano con favore al Turismo in Libertà per le sue innumerevoli opportunità di sviluppo e ritorno economico per il territorio. Molte le Regioni che stanno investendo nel potenziamento di questa tipologia di vacanza. In primis, Toscana ed Emilia Romagna hanno dedicato portali web al Turismo in Libertà allo scopo di fornire informazioni e consigli utili per trascorrere un’esperienza di viaggio in libertà on the road.

Ne è un esempio il sito “Turismo.InToscana.it”, il portale della Regione interamente dedicato al turismo, nel quale è stato attivato un apposito canale riservato ai viaggi in libertà, dove si trovano informazioni sugli itinerari, sulle località, sulle strutture ricettive e sugli eventi per una perfetta vacanza a bordo di un Veicolo Ricreazionale. All’interno della sezione è inoltre possibile trovare un elenco di destinazioni a basso impatto ambientale

le quali permettono di vivere un’esperienza capace di combinare il rispetto per il verde e l’amore per l’arte, dato l’immenso patrimonio naturalistico e culturale della Regione Toscana. Anche l’Emilia Romagna presenta all’interno del sito dedicato al turismo “EmiliaRomagnaTurismo.it”, un’apposita sezione per gli amanti del Turismo in Libertà. Introdotta da un esplicativo messaggio in home page: “Viaggiare in camper è oggi sinonimo di libertà, puoi organizzarti la vacanza dove vuoi. [...] E, soprattutto, puoi inoltrarti all’interno di aree naturali e territori meno frequentati dal turismo di massa o in città d’arte minori dove l’offerta di alloggio è spesso esigua, ma tante le occasioni di cultura e di scoperta”. Anche in questo caso, si possono trovare informazioni relative a percorsi, eventi e luoghi da esplorare. A queste iniziative si aggiungono i Protocolli d’intesa siglati da APC con alcuni Comuni di varie Regioni, tra cui Toscana, Lombardia e Sicilia, per potenziare la ricettività in libertà ma anche sviluppare nuovi itinerari turistici dedicati a questa metodologia di vacanza. In merito si ricorda il progetto sviluppato insieme alla rivista PleinAir, a Sicily Camping Tour (Associazione Camping Sicilia), FIAB – Federazione Italiana Amici della Bicicletta e Agriturist, per la realizzazione di una strada attrezzata per il Turismo in Libertà, da Siracusa a Mozia (in provincia di Trapani), inaugurata nella primavera del 2017.

Questo “Camper Tour” è un percorso che rientra nella “Rotte dei Fenici”, Itinerario Culturale del Consiglio d’Europa che attraversa 3 continenti e 18 nazioni e che, in Italia, si collega al Cammino di Annibale e alla Rete degli Etruschi. La Rotte dei Fenici è un esempio di come la storia possa costituire una linea di collegamento tra i territori valorizzandoli, con in più lo scopo di aiutare le zone interessate a sviluppare flussi turistici di basso impatto, soprattutto laddove non esiste alcuna forma di ricettività. La Rotte dei Fenici è stata inoltre presente al Salone del Camper 2016, la seconda più importante manifestazione europea dedicata al caravanning e al Turismo in Libertà, nel corso del quale ha avuto l’occasione di presentare gli itinerari autunnali-invernali nonché l’anteprima del Camper Tour della primavera 2017.

Da ricordare, come già anticipato, anche le partnership con prestigiose realtà museali italiane allo scopo di rafforzare il rapporto tra cultura e Turismo in Libertà. Sempre in quest’ottica, tra le novità del 2017, anche il lancio della Gold Card APC ideata allo scopo di promuovere e gestire convenzioni con realtà museali e culturali dedicate

ai turisti in libertà. Oltre al rinnovo del sodalizio con il MAEC – Museo dell’Accademia Etrusca e la Città di Cortona e all’ufficializzazione della collaborazione con il MANN – Museo Archeologico Nazionale di Napoli, hanno aderito a questo progetto anche le Regioni Lombardia e Piemonte, che hanno integrato l’iniziativa all’interno del loro “Abbonamento Musei Piemonte – Lombardia”. Mentre con la Regione Friuli Venezia Giulia, protagonista del “Rapporto Regionale sul Turismo in Libertà in Camper e Caravan 2015”, è stata conclusa la partnership tra l’APC Gold Card e la “FVGCard”, tessera prepagata (riservata ad un adulto e un bambino sotto i 12 anni) che consente il libero accesso ai musei del Friuli Venezia Giulia, al trasporto urbano di Udine, Lignano Sabbiadoro, al servizio di trasporto ferroviario della linea Udine-Cividale e ad altri servizi di leisure in Friuli Venezia Giulia. Il Friuli Venezia Giulia si è distinto, a livello nazionale, per lodevoli iniziative in favore del Turismo in Libertà. Oltre all’impegno delle amministrazioni comunali e alla realizzazione di nuove aree di sosta, gli appassionati hanno a disposizione la “Guida Aree Camper” realizzata da Turismo FVG e presentata ufficialmente al Salone del Camper 2014.

6.5 Il fatturato generato

Secondo le ultime analisi del Ciset effettuate per conto del Salone del Camper, il fatturato generato nel 2015 dal Turismo in Libertà in Italia ammonta a 2,88 miliardi di euro. Questo valore include i ricavi provenienti dal turismo in autocaravan, caravan

e tenda, indipendentemente dalla sistemazione prescelta e comprende i soggiorni trascorsi sia all’interno dei campeggi che all’esterno.

Gli introiti prodotti dal turismo nelle aree di sosta al di fuori dei campeggi (aree attrezzate, punti di sosta e camper service) raggiungono quota 1,17 miliardi di euro annui, ovvero il 40,7% del fatturato totale generato dal Turismo in Libertà (Tabella 6i). Se consideriamo, invece, le presenze, si stima che il 39,8% siano in aree di sosta esterne, mentre il 61% concentrato all’interno dei campeggi.

Confrontando la dimensione economica con quella fisica, possiamo evincere come il Turismo in Libertà sia tendenzialmente un turismo a buona capacità di spesa pro capite, generando il 41% del fatturato rispetto al 40% di presenze totali. Inoltre un soggiorno in aree di sosta tende ad avere un impatto economico a livello locale superiore rispetto al turismo nei campeggi. Ciò è dovuto al fatto che la spesa per la piazzola in queste aree è in proporzione inferiore rispetto ai campeggi (nelle aree comunali è spesso gratuita o a basso costo), pertanto l’indotto generato dai turisti deriva in misura maggiore da spese quali la ristorazione, il trasporto locale, lo shopping, le visite ad attrazioni, ecc.

Considerando la provenienza dei turisti, i turisti internazionali generano 25,3 milioni di presenze e 1,3 miliardi di euro di fatturato, con una incidenza rispettivamente del 47,2% e del 46,2% sui valori totali. I turisti italiani in Libertà generano, invece, 28,3 milioni di presenze e 1,5 miliardi di euro di fatturato, mantenendo il ruolo di principali clienti dei campeggi e delle aree di sosta nazionali, con una incidenza intorno al 53% su entrambi gli indicatori.

	FATTURATO (MLN EURO)	QUOTA %	PRESENZE (MIGLIAIA)	QUOTA %
TURISMO IN LIBERTÀ	2.883	100	53.588	100%
di cui				
TURISMO NEI CAMPEGGI	1.710	59,3	32.276	60,2%
TURISMO IN AREE DI SOSTA	1.173	40,7	21.312	39,8%
TURISMO ITALIANO	1.550	53,8	28.301	52,8%
TURISMO STRANIERO	1.333	46,2	25.287	47,2%

Tabella 6i.

Turismo in Libertà in Italia nel 2015. Dimensione economica e fisica, per tipologia e provenienza

Nota: () I dati comprendono solo il fatturato e le notti trascorse all’interno dei campeggi dai turisti in tenda, caravan e autocaravan, non quelli relativi al soggiorno in strutture fisse*

Elaborazioni da Osservatorio Ciset-Salone del Camper sul Turismo in Libertà

6.6 Il quadro normativo italiano e regionale

A livello nazionale, purtroppo, non esiste una normativa generale condivisa dalle varie Regioni in materia di turismo, la cui disciplina viene demandata alla competenza specifica di ciascuna amministrazione regionale, determinando una certa frammentazione regolamentare. Quanto al Turismo in Libertà è intervenuta anche la Corte Costituzionale che, con sentenza numero 80 del 2012, si è espressa sul Codice del Turismo, entrato in vigore con il Decreto Legislativo n. 79 del 2011, deliberando la presenza di 19 articoli incostituzionali, tra cui l'art. 14 che definisce le aree di sosta come "strutture ricettive di supporto". Altro passo avanti è stato fatto con la presentazione da parte del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, del Piano Strategico del Turismo 2017-2022, che delinea lo sviluppo del settore nei prossimi sei anni per rilanciare la leadership italiana sul mercato turistico globale. Elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo, con il coordinamento della Direzione Generale Turismo del MiBACT, il PST si propone di dotare l'Italia di un indirizzo strategico e di una visione unitaria del turismo e della cultura, rispondendo all'esigenza di porre questo settore, nel quale il Turismo in Libertà svolge un ruolo determinante, al centro delle politiche di sviluppo del Paese. Per quanto concerne la ricettività in libertà, sono presenti a livello regionale una serie di disposizioni, che compongono un quadro normativo molto variegato. E' quindi auspicabile da parte delle amministrazioni locali ma in primis da parte delle istituzioni, l'adozione di provvedimenti volti a favorire la diffusione del Turismo in Libertà.

A tal fine si sottolinea un primo tentativo posto in essere nel 2017 durante il quale è stato proposto dalla Commissione Attività produttive della Camera, un disegno di legge in materia di Turismo in Libertà e strutture ricettive all'aperto allo scopo di definire i principi fondamentali e gli strumenti della politica del Turismo in Libertà, al fine di migliorare l'offerta del sistema turistico nazionale, regionale e locale; indirizzare i turisti verso le aree meno congestionate e i piccoli borghi rappresentativi del Made in Italy; promuovere la riqualificazione urbanistica e territoriale dei centri di particolare rilevanza sotto il profilo turistico-ricettivo. Il testo prevede che il Ministro dei beni e delle attività culturali e del

turismo (MiBACT) definisca le caratteristiche delle strutture ricettive all'aperto, le forme dell'ospitalità diffusa, le caratteristiche delle aree di sosta dei camper, degli agriturismo, dei camping village e del campeggio municipale multifunzionale.

Il MiBACT dovrà, inoltre, aggiornare e uniformare a livello nazionale i livelli minimi dei servizi e delle dotazioni per la classificazione delle strutture ricettive all'aperto, stabilire i criteri e i requisiti per la denominazione di tali strutture. Viene inoltre richiesto al Governo di adottare un Piano nazionale di sviluppo del sistema delle aree di sosta di camper multi-funzionali, integrate con il paesaggio naturale circostante e a basso impatto ambientale.

Per tutte le finalità del disegno di legge, è stato proposto uno stanziamento di 40 milioni di euro annui a decorrere dal 2017, rimane da attendere con l'insediamento del nuovo Governo se tale proposta troverà effettiva attuazione. Esaminando il quadro regionale la Toscana è stata tra le prime Regioni a disciplinare il Turismo in Libertà, emanando la legge regionale n. 42 del 2000, ora sostituita dalla nuova legge regionale n. 86 del 20 dicembre 2016 la quale, oltre ad attribuire il giusto valore alle aree di sosta, considerandole a pieno titolo strutture ricettive (art. 24), ne regola anche la capienza (da 5 a 50 piazzole) e il tempo massimo di sosta (72 ore) e disciplina anche altre strutture ricettive quali campeggi e camping village. Anche la Lombardia si è attivata nella regolamentazione del Turismo in Libertà con la nuova legge regionale sul turismo n.27 del 1° ottobre 2015, la quale rappresenta un punto di svolta fondamentale per lo sviluppo di questo comparto.

L'articolo 42, comma 9 affronta il tema delle aree di sosta, stabilendo che vengano inserite a pieno titolo fra le strutture ricettive all'aria aperta, con una conseguente rigorosa regolamentazione (art. 37) dei loro requisiti strutturali.

Per attuare tale normativa è stato più recentemente adottato il regolamento regionale 19 gennaio 2018 - n. 3 riguardante le "Disposizioni per la disciplina e la classificazione delle aziende ricettive all'aria aperta", il quale definisce i requisiti tecnici, nonché i servizi, gli strumenti e gli standard qualitativi per le strutture in Libertà. Un'altra Regione che si è particolarmente distinta a livello nazionale è il Friuli Venezia Giulia, precursore di una strategia elaborata per il Turismo in Libertà che per l'Italia rappresenta un vero modello. Con legge regionale n. 2 del 2002, modificata dalla legge regionale n. 21 del 2016, il Friuli Venezia Giulia ha incentivato la creazione di aree di sosta da parte di Comuni singoli o associati

(art. 106), erogando contributi alle amministrazioni comunali per una copertura massima del 50%, al fine di realizzare, rinnovare e ingrandire aree per la sosta di autocaravan e caravan (art. 109). Nel 2003 è inoltre stato adottato il regolamento regionale che stabilisce i requisiti delle aree attrezzate per la sosta temporanea di questi veicoli, nonché i criteri, le priorità e le modalità per la concessione dei contributi, in favore dei Comuni singoli o associati, per la realizzazione, la ristrutturazione o l'ampliamento delle predette aree. Un ulteriore contributo legislativo è giunto anche da Umbria e Marche. In primis la nuova legge regionale n. 8 del 10 luglio 2017 emanata dalla Regione Umbria, la quale regola le strutture ricettive all'aria aperta (campeggi, villaggi turistici, camping village) e le aree attrezzate per la sosta temporanea dei Veicoli Ricreazionali nei Comuni. Altrettanto importante il "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo" Legge n.9 del 2006, della Regione Marche che disciplina all'art. 35 le aree attrezzate riservate esclusivamente alla sosta e al parcheggio di autocaravan e caravan. Elemento innovativo di questa normativa, riguarda l'introduzione della DGR n. 1701/2009 con la quale sono stati definiti i requisiti e le modalità di riconoscimento delle aree sosta di eccellenza. Dopo accurati sopralluoghi, un'apposita Commissione della Regione Marche ha individuato 18 aree, presenti nella guida "plein air Marche" consultabile e scaricabile dal sito www.turismo.marche.it, che offrono oltre ai servizi base (sosta e camper service) anche dei plus per un soggiorno a tutto comfort. Altra normativa recente arriva dalla Sardegna che ha emanato la Legge Regionale 28 luglio 2017, n. 16, in materia di turismo definendo le norme per la disciplina delle strutture

ricettive all'area aperta e il divieto di campeggiare con Veicoli Ricreazionali al di fuori delle stesse o di aree attrezzate per la sosta temporanea. In aggiunta con la legge regionale n. 5 del 2001 "Norme in materia di disciplina e classificazione di campeggi, villaggi turistici ed aree di sosta", successivamente modificata nell'articolo 2 dalla legge regionale n. 10 del 2008, anche il Molise annovera le aree di sosta tra le strutture ricettive all'aria aperta, così come l'Emilia Romagna disciplina con legge regionale n. 16 del 2004 all'articolo 6 le strutture ricettive all'aria aperta e all'articolo 15 le aree attrezzate per la sosta temporanea di caravan, autocaravan, camper e altri Veicoli Ricreazionali.

Per quanto concerne, invece, la definizione di regole specifiche sulla creazione di strutture ricettive per autocaravan, sono determinanti le leggi regionali della Valle d'Aosta e del Veneto, rispettivamente la n. 8 del 2002 "Disciplina dei complessi ricettivi all'aperto e norme in materia di turismo itinerante" (artt. 15-18) e la n. 33 del 2002 (art. 44). La prima definisce le dotazioni base per le aree di sosta: il pozzetto di scarico autopulente; l'erogatore di acqua potabile; l'adeguato sistema d'illuminazione; e i contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti.

Nella normativa veneta vengono, invece, specificati i criteri di progettazione ecosostenibile, come ad esempio, l'estensione dell'area in modo da avere il minor impatto ambientale e la presenza di siepi e alberature, le quali non devono occupare una superficie minore al 20% dello spazio complessivo. Inoltre, la Regione Veneto concede contributi in conto capitale ai Comuni per la realizzazione delle suddette aree attrezzate riservate esclusivamente alla sosta temporanea e al parcheggio di mezzi mobili.



KEY POINTS

- 1.** Nel 2016 le aree di sosta presenti in Italia ed esterne ai campeggi, sono oltre 2.165 secondo l'Osservatorio curato dalla rivista PleinAir: il 70,3% sono aree attrezzate, il 16,5 % camper service e il 13,2% punti di sosta non attrezzati.
- 2.** Come nel 2015, la gestione delle aree risulta equi-distribuita tra Comuni e operatori privati, data la consistente crescita delle aree private negli ultimi due anni (+7,6% nel 2015, +5,8% nel 2016)
- 3.** La Regione in cui si trova il numero più elevato di aree totali è il Piemonte con l'11,6%, confermando la propria inclinazione per il Turismo in Libertà.
- 4.** Tra il 2014 e il 2016 le aree attrezzate e i punti di sosta hanno registrato l'aumento più significativo. Nel 2016, in particolare, la crescita è stata rispettivamente del +4,5% per le prime, e del +1,8% per le seconde. Questi dati riflettono la crescente sensibilità della Penisola per il Turismo in Libertà.
- 5.** In aumento del +1,4% gli agricampeggi, a fronte di una contrazione del -1,5% delle aree totali all'interno degli agriturismi, per effetto della diminuzione dei punti di sosta.
- 6.** Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" promosso da APC dal 2001 per aumentare l'offerta delle aree di sosta multifunzionali e integrate con il territorio italiano, offre un contributo di 20mila euro ai migliori progetti presentati da Comuni italiani che soddisfano i criteri di uno sviluppo sostenibile del turismo.
- 7.** Il Turismo in Libertà attira un crescente attenzione da parte delle amministrazioni locali interessate alle enormi potenzialità che tale tipologia di viaggi offre. Ne sono esempio le partnership avviate da APC con diverse Regioni e realtà museali locali, nonché i Protocolli d'Intesa con numerosi Comuni per favorire rapporto tra cultura e scoperta del territorio.
- 8.** Secondo le analisi elaborate dal Ciset per conto di Fiere di Parma, il fatturato generato nel 2015 dal Turismo in Libertà in Italia ammonta a 2,88 miliardi di euro annui. Gli introiti prodotti dal turismo nelle aree di sosta al di fuori dei campeggi (aree attrezzate, punti di sosta e camper service) ammontano a circa 1,17 miliardo di euro annui, ovvero il 40,7% del fatturato totale generato dal Turismo in Libertà.
- 9.** Considerando la provenienza dei turisti, i turisti internazionali generano 25,3 milioni di presenze e 1,3 miliardi di euro di fatturato, con una incidenza rispettivamente del 47,2% e del 46,2% sui valori totali. I Turisti italiani in Libertà generano, invece, 28,3 milioni di presenze e 1,5 miliardi di euro di fatturato, mantenendo il ruolo di principali clienti dei campeggi e delle aree di sosta nazionali, con una incidenza intorno al 53% su entrambi gli indicatori.
- 10.** Seppur a livello nazionale non ci siano delle linee strategiche comuni, diverse Regioni hanno adottato specifici provvedimenti per promuovere il Turismo in Libertà. Da segnalare le normative regionali di Toscana, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Marche, Sardegna, Valle d'Aosta, Veneto, Molise ed Emilia Romagna.

7.

AREA DI SOSTA DIGITALE 4.0 STRATEGIE DI SVILUPPO E PRODOTTI INNOVATIVI PER L'ACCOGLIENZA DEI TURISTI IN LIBERTÀ 4.0



7.1 Premessa

Oggetto dell'allegato del Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan 2018 di APC, è la presentazione di un asset strategico come contributo allo sviluppo del settore. In merito la proposta consiste nella realizzazione di un'infrastruttura innovativa e delle pertinenti linee guida di utilizzo riassunte nell'espressione sintetica: Area di sosta digitale 4.0¹.

Questo progetto nasce dalle linee guida tracciate nei precedenti due anni e intende concretizzarne una proposta di attuazione operativa. Al Turismo in Libertà è, infatti, oggi affidata la principale possibilità di sviluppo sostenibile per un'altissima percentuale del territorio italiano, ormai coincidente con l'estensione dei piccoli Comuni (inferiori ai 5.000 abitanti), non raggiungibili dai flussi turistici principali, a causa della dismissione o dell'assenza di infrastrutture di collegamento. I vantaggi di questo flusso economico possono essere ottenuti solo dai territori che hanno attualmente la possibilità di ospitarlo fisicamente. La presente proposta offre un'opportunità per il settore, coniugando queste due esigenze alle quali risponde in termini di fattibilità di costi, certezza di realizzazione e vantaggi di gestione. APC intende cogliere le opportunità legate alla "quarta rivoluzione industriale", indicate dal Piano Nazionale Industria 4.0 del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) e attuare le indicazioni sulla digitalizzazione degli appalti pubblici, secondo il recente D.M. 560/2017 del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT). Si propongono quindi contenuti innovativi per una sinergia in grado di contribuire anche al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo del Ministero dei Beni Ambientali Culturali e del Turismo (MIBACT).

7.2 Innovazione e attualità della proposta

Nel corso dell'ultimo biennio, APC ha promosso la conoscenza dell'innovativo metodo di Building Information Modeling (BIM)² per il settore, intuendone l'importanza crescente per l'economia del Paese, come poi confermato nell'D.M. 560/2017 del Ministero dei Trasporti e delle Infrastrutture. Sull'argomento, il Rapporto Nazionale dello scorso anno ha documentato l'intervento proposto da APC al MELVI 2017: ovvero, l'invito, rivolto a tutto il settore europeo dei Veicoli Ricreazionali, di considerare l'importanza strategica di questa innovazione a partire dall'immediato periodo, unitamente alla visione delle sue prospettive future. In questa fase, dunque, APC è fra i maggiori stakeholders nazionali e internazionali per la sperimentazione di quei criteri, metodi e tecnologie, indicati dal programma della Comunità Europea, noto come Industry 4.0. Oggi la sfida per tutto il comparto produttivo europeo è quella di coniugare il patrimonio di conoscenze proprio delle realizzazioni artigianali eseguite a regola d'arte, con la necessità di adottare le attuali tecniche innovative di produzione digitale, divenute, ormai, indispensabili nel quadro della sempre crescente necessità di competitività internazionale. Grazie a questo percorso risulta oggi evidente come i vantaggi, offerti dalla trasformazione in atto, possono essere compresi solo attraverso la loro diretta sperimentazione. Per questo APC ha spinto il proprio approccio fino alla realizzazione concreta di un'applicazione pilota delle nuove tecnologie, che risulta essere allo stato dell'arte la prima e unica nel suo genere: l'implementazione in BIM della prima Area di sosta digitale 4.0 a livello nazionale, progettata a partire da un caso esistente.

¹ Il termine Industria 4.0 si riferisce agli sviluppi della tecnologia in ambito industriale e manifatturiero, connessi allo sviluppo della digitalizzazione dei processi produttivi.

² Il Building Information Modeling è un sistema di modellazione delle informazioni di un manufatto basato su un particolare modello digitale 3D definito object oriented (orientato ad oggetti), dove i file dei singoli oggetti coniugano informazioni grafiche e alfanumeriche (dimensioni, forma, colore ma anche costi, tempi di messa in opera, necessità di manutenzione). Il BIM è divenuto dal 2014 una priorità strategica per il nostro Paese in conseguenza delle direttive emanate dal Parlamento Europeo per la sua adozione negli Stati membri in settori strategici come quello delle costruzioni e dell'industria manifatturiera.

7.3 Area di sosta digitale 4.0

L'innovativa Area di sosta digitale 4.0 proposta da APC è la risposta in cui convergono le più attuali necessità del settore, all'incrocio di diverse provenienze:

- la nuova normativa per i lavori pubblici fortemente caratterizzata dalle indicazioni tecniche della Comunità Europea ed in particolare il DM 560/2017 del MIT;

- la necessità per i Comuni di disporre di un mezzo di ottimizzazione delle risorse pubbliche, per poter investire nella realizzazione concreta di un'area di sosta e di controllo dell'efficacia dell'investimento effettuato;

- l'urgenza di potenziare in Italia il sistema ricettivo del Turismo in Libertà come scelta di indirizzo per lo sviluppo di un turismo sostenibile nei territori, inclusi quelli dei Comuni minori che rischiano progressivamente di uscire dal flusso turistico, nonostante sia allocata proprio in essi, la schiacciante percentuale dei beni culturali e museali del nostro Paese;

- l'attuazione di una sinergia con altre forme di turismo grazie all'utilizzo di tecnologie proprie del programma Industry 4.0.

L'Area di sosta digitale 4.0 rappresenta un'innovazione fin dal metodo utilizzato per la sua stessa realizzazione: il BIM. Già diffuso all'estero, questo strumento è divenuto in diversi Paesi obbligatorio per i lavori pubblici, grazie al notevole risparmio di costi e tempi che permette rispetto a qualunque altro metodo tradizionale nella progettazione, costruzione e gestione di un manufatto. La caratteristica del Building Information Modeling è integrare tutti i dati coinvolti nella realizzazione di un prodotto attraverso la realizzazione di un modello tridimensionale object oriented (orientato ad oggetti) che permette di ottimizzarne le fasi di progettazione, costruzione e gestione. Nella pratica è stato realizzato un modello logico, costruttivo e gestionale del manufatto che si intende costruire. Questa modellazione non è solo estetica (forma, colore, dimensioni) non consiste cioè in una semplice rappresentazione 3D tradizionale, anche se a prima vista può sembrarlo. Ogni singolo componente nell'ambiente virtuale in BIM è un oggetto "intelligente" che non ha solo gli attributi estetici con il quale viene rappresentato, ma contiene anche tutte le informazioni relative all'oggetto reale che rappresenta: i materiali di cui è fatto, il costo, le sue caratteristiche di messa in opera, la sua provenienza e i modi di consegna, la programmazione della sua manutenzione.



*Figura 1
Vista aerea del prototipo inserita nell'ambiente reale*



Figura 2 – Esempio di oggetto intelligente BIM: la colonnina dei servizi di ingresso e uscita



Figura 3 – Esempio di oggetto intelligente BIM: la colonnina dei servizi di ingresso e uscita

La progettazione dell'Area di sosta digitale 4.0, non si basa, dunque, su generici disegni 3D ideali, ma utilizza i modelli BIM dei veri e propri oggetti reali quali il camper service, la cassa automatica, le colonnine di controllo di ingresso e di uscita, le colonnine energia, la piazzola di scarico, l'isola ecologia, i lampioni di illuminazione.

Grazie a questi oggetti intelligenti, possiamo disporre di una corrispondenza diretta tra elemento del modello e oggetto fisico reale. L'Area di sosta digitale 4.0 non viene quindi semplicemente rappresentata da un modello generico ideale, ma viene progettata, costruita e mantenuta tramite il prototipo BIM di quella che verrà poi realizzata. Infatti, quando un oggetto BIM del prototipo viene selezionato, questo mostra istantaneamente tutte le sue caratteristiche, in forma tabellare e alfanumerica, direttamente nell'ambiente digitale di simulazione (Figura 3). Questo metodo può essere esteso anche agli elementi infrastrutturali, di arredo urbano, di inserimento del verde e di tutto quanto viene ritenuto necessario per la valutazione delle scelte. Gli oggetti (con le informazioni che li accompagnano) possono essere inseriti direttamente o progressivamente, in quantità diverse, o essere sostituiti da altri, divenendo parte dinamica di scenari alternativi: in sintesi, la simulazione è modificabile in tempo reale e permette di comparare più soluzioni e verificarne quella ottimale considerando tutti i fattori coinvolti. Per esempio, dal punto di vista dei costi: infatti, ogni oggetto BIM, contiene il relativo prezzo di fornitura e di posa in opera e quindi il progettista (grazie alla presenza di funzioni tipo abaco all'interno dei vari software di modellazione) ottiene, in automatico, al variare della configurazione dell'oggetto scelto, la variazione del singolo prezzo e quindi il costo totale di quella specifica fornitura. Sempre con variazioni in tempo reale, questo metodo si applica all'intera area di sosta e permette un costante monitoraggio del costo dell'opera durante tutte le variazioni in fase di progettazione.

In questo modo, tenendo ferma una delle variabili, per esempio il prezzo totale dell'intervento, si ottiene un adattamento automatico e certo delle altre scelte progettuali, fino ad ottimizzarle. Sempre a titolo di esempio è stato possibile calcolare, in automatico, anche i tempi e i costi per ipotesi diverse, non solo estetiche, ma anche di stratificazione costruttiva, come per i manti di superficie e gli strati sottostanti delle pertinenze stradali, delle sistemazione a verde e delle aree di parcheggio. L'Area di sosta digitale 4.0 permette di comparare, quindi, tutte le possibili scelte fra la fase di progetto e quella di costruzione, accompagnando in itinere l'ottimizzazione del loro rapporto, ottenendo un notevole risparmio di costi e di tempi unitamente ad un miglioramento della qualità del risultato finale. Questa procedura può essere utilizzata con progressivi livelli di dettaglio: dalla fase preliminare a quella esecutiva, così da arrivare ad avere una esatta corrispondenza tra progetto e opera realizzata. Rimanendo certo il costo dell'opera che verrà realizzata, sarà possibile fare le scelte migliori congruenti con i fondi a disposizione. Quanto più si utilizzano oggetti BIM e quanto più essi sono ricchi di informazioni, tanto più saranno evitate sorprese nella fase di costruzione e successiva manutenzione.

Le caratteristiche specifiche di un'area di sosta, infatti, possono essere parametrizzate ed espresse per aggregazione di funzioni modulari. In base alle indicazioni della committenza un'area di sosta attrezzata o complessa per le funzioni di cui dispone, può essere progettata, costruita e gestita con la stessa immediatezza di un'area di sosta che disponga solo di funzioni di base. La scalabilità dell'intervento è una delle caratteristiche principali: è possibile valutare una serie di attributi dell'infrastruttura in grado di cogliere l'interesse collettivo e quindi giustificare la loro predisposizione.

7.4 Prospettive e sviluppi futuri

Se l'Area di sosta digitale 4.0 è già realizzabile con notevole risparmio di tempi e di risorse rispetto a quanto oggi avviene per quelle aree tradizionali è importante evidenziare che, con la progressiva implementazione ad opera dei produttori della filiera di librerie di oggetti BIM, aumenteranno sempre di più le configurazioni relative a ciascun singolo componente e la qualità del risultato finale. La simulazione BIM è il mezzo di interazione, immediato e oggettivo, fra tutte le figure professionali coinvolte nella sua realizzazione durante l'intero ciclo di processo-prodotto: dalla fase di ideazione a quella di fine vita utile, fino all'eventuale dismissione. Dal punto di vista metodologico, al posto di una serie di fasi consecutive e indipendenti (a volte contrastanti), si passa a un approccio integrato dove tutte le figure coinvolte possono interagire con continuità fra di loro, verificando in tempo reale la validità delle scelte ipotizzate e condivise (Figura 5).

Il BIM valorizza, dunque, prassi ed esperienze tradizionali, poiché permette una più rapida, oggettiva ed efficace integrazione di tutti i contributi provenienti dai diversi operatori coinvolti, grazie alla possibilità di mettere "a sistema", in modo del tutto

innovativo, la totalità delle esigenze. L'efficacia delle soluzioni trovate è misurata tramite una verifica BIM intelligente, attuata in real time, in modo iterativo fra concezione e sua verifica e interattivo fra le varie discipline coinvolte.

Con questa procedura, per la prima volta, anche le figure non tecniche, possono comprendere con immediatezza e completezza l'evoluzione delle scelte, interagendo con esse. E' utile ricordare, infatti, che la committenza, l'utenza o altri soggetti, non devono necessariamente avere competenze specifiche, anche se hanno, per esempio, un importante peso decisionale.

L'Area di sosta digitale 4.0 progettata con metodo BIM presenta un'altra importante caratteristica: è parametrica nei suoi componenti e nell'insieme, quindi è realizzata per condizioni specifiche pertinenti a diversi climi, dimensioni, utenze, necessità di accesso e di tutto quanto richiesto dalle esigenze locali. Questa flessibilità può permettere ad una pubblica amministrazione di verificare gradualmente l'efficacia di un primo investimento, rendendolo oggetto, progressivamente, di successivi ampliamenti. L'Area di sosta digitale 4.0 è stata progettata prevedendo numeri di stalli differenti: dieci, venti o quaranta, grazie alla proprietà intrinseca del BIM di consentire un rapido ampliamento sulla base di uno stesso progetto originario.



Figura 4– Ipotesi di realizzazione costruttiva delle aree di superficie: verifica immediata tramite modello BIM

Un'unica simulazione BIM, infatti, consente di affinare e implementare diverse progettazioni, partendo da una serie di elementi o componenti fissi e modificando solo gli elementi che variano al variare dello scenario. In questo modo risulta facile ed intuitivo confrontare diverse soluzioni di ampliamento, per le quali l'impegno di risorse risulta, inoltre, progressivamente sempre meno impegnativo. Infatti, mentre alcuni oggetti BIM (Figura 6) rimangono invariati (per es. il controllo degli accessi con la cassa automatica), di altri si modificano semplicemente alcuni parametri e dimensioni (per es. l'isola ecologica, il camper service) o quantità (per es. il sistema di illuminazione) e di nuovi possono esserne sempre inseriti in funzione delle esigenze (per es. una postazione per gli addetti). Inoltre, disporre di informazioni come le modalità e le tempistiche di manutenzione dei vari oggetti, significa poter verificare più opzioni non solo progettuali, ma anche costruttive e manutentive.

Per i tre scenari dell'Area di sosta digitale 4.0 progettati, al variare del numero degli stalli previsti (dieci, venti o quaranta), variano in modo parametrico le grandezze di elementi quali cordoli, pavimentazioni, dispositivi di illuminazione, componenti specifici per la sosta. Sono state così confrontate diverse soluzioni, ognuna progettata con vari componenti: ad esempio diversi tipi di sbarre di accesso, di alberature, di pavimentazioni, di elementi illuminanti e di ognuna si è potuto verificare, quasi istantaneamente, la variazione dei costi relativi, di quello totale, dei tempi di costruzione, delle necessità di manutenzione. In estrema sintesi, l'Area di sosta digitale 4.0 risolve,

in modo olistico, il proprio processo di progetto, costruzione e gestione, includendo "all the aspects of the design, construction and operation".

Questa possibilità di considerazione della totalità degli aspetti permette di identificare la soluzione più ragionevole, senza fermarsi alla prima ritenuta accettabile, per poi svilupparla in itinere continuando ad ottimizzarla. Durante la fase di costruzione, per esempio, la simulazione intelligente BIM fornisce preventivamente la successione delle fasi di cantiere, programmando esattamente la progressione e gli obiettivi delle giornate di lavoro. E' importante considerare come i vantaggi ottenuti, ricadano su tutti i soggetti: committenza, produttori, allestitori, manutentori e - naturalmente - utenti finali.

7.5 Automazione digitale per l'industria dell'accoglienza

L'Area di sosta digitale 4.0, progettata con gli oggetti intelligenti BIM, è dotata di soluzioni innovative per la sua flessibilità di utilizzo e a vantaggio dei territori e dell'industria del Turismo in Libertà.

La necessità di ampliare l'applicazione di metodologie vincenti, a varie scale e livelli, è divenuta, oggi, una delle priorità indicate dalla strategia europea per il rilancio dello sviluppo economico e a questo obiettivo concorrono le nuove tecnologie che permettono procedure di esercizio sempre più interconnesse e automatiche.

L'Area di sosta digitale 4.0 è caratterizzata proprio dalla connessione fra gli oggetti intelligenti

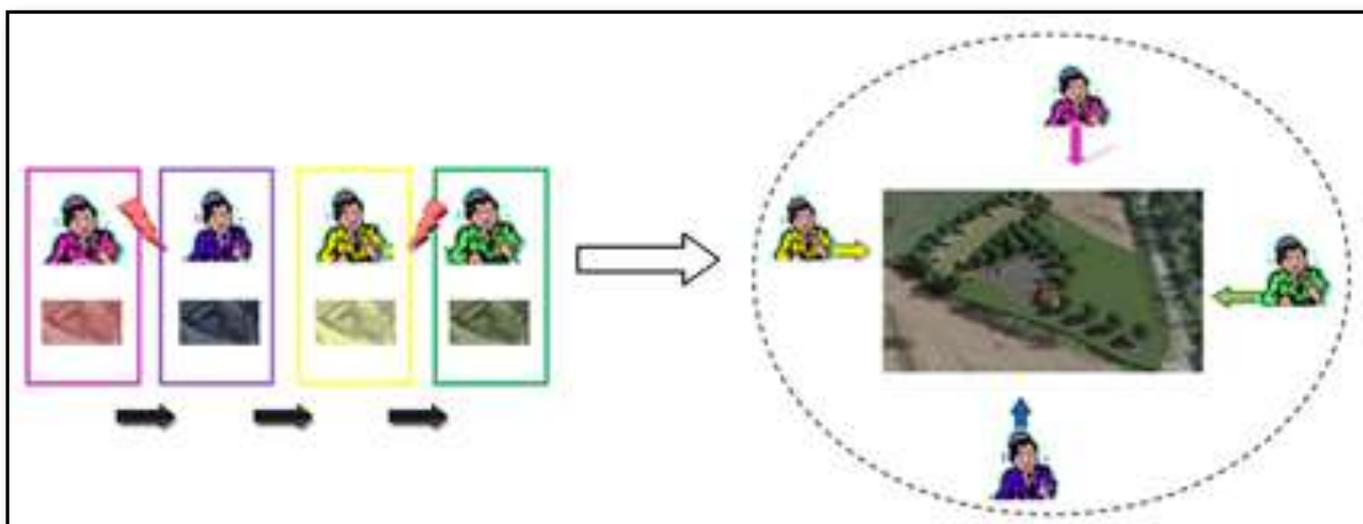


Figura 5 Progettazione, costruzione e gestione di un manufatto: dal metodo tradizionale al metodo BIM



Figura 6
Ampliamento parametrico dell'Area di sosta 4.0: oggetti BIM di base (azzurro) e di sviluppo (arancione)

e dall'interazione con essi da parte dell'utenza ma anche delle Istituzioni che amministrano i territori.

Questa dinamica si realizza secondo le caratteristiche del programma della comunità europea indicato come internet delle cose "IoT: Internet of Things". L'Area di sosta digitale 4.0 potrebbe ulteriormente disporre di sensoristica a basso costo per l'accessibilità e la sicurezza, oltre che per un funzionamento ecocompatibile (in merito, per esempio, all'illuminazione effettivamente necessaria in relazione al fattore di luce diurna).

Queste e altre caratteristiche di interazione con gli utenti configurano l'Area di sosta digitale 4.0 come infrastruttura intelligente, in grado di localizzarsi, acquisire dati in merito ai periodi e ai tempi di fruizione, offrire rapporti sull'utenza e le sue caratteristiche, attuare una diagnosi delle proprie funzionalità, contribuire a realizzare un data base per la mobilità dei flussi turistici locali e nazionali, connettersi ad altre infrastrutture, promuovere

informazioni sul territorio per gli utenti e molto altro ancora. Potrebbe inoltre monitorare il proprio stato di fruizione, permettendo, per esempio, la prenotazione dei posti tramite App dedicate. La stessa logica di manutenzione e controllo dei manufatti o dell'opera nella sua interezza, si sottrarrebbe ai limiti del caso isolato per divenire oggetto di interventi integrati autoprogrammati in base all'utilizzo.

L'Area di sosta digitale 4.0 è stata progettata da APC come infrastruttura di eccellenza per l'industria ricettiva in libertà. Un manufatto intelligente dotato di automatismi semplici, a basso costo, ma in grado di rimanere autosufficiente e configurarsi, in esercizio, come parte attiva e interconnessa di un sistema di accoglienza più ampio, nel contempo locale e globale. L'area stessa è, dunque, in grado di fornire alla pubblica amministrazione i dati che la riguardano, permettendo una reale valutazione dei benefici apportati o meno al territorio dalla sua costruzione.



Figura 7
Monitoraggio automatico dei flussi turistici: l'Area di sosta digitale 4.0 diviene parte di un sistema IoT

Dati ed elaborazioni

CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia
Dipartimento DESTeC, Università di Pisa- responsabile scientifico Prof. Paolo Fiamma

Comitato di redazione

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper
CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica
Ghénos Communication

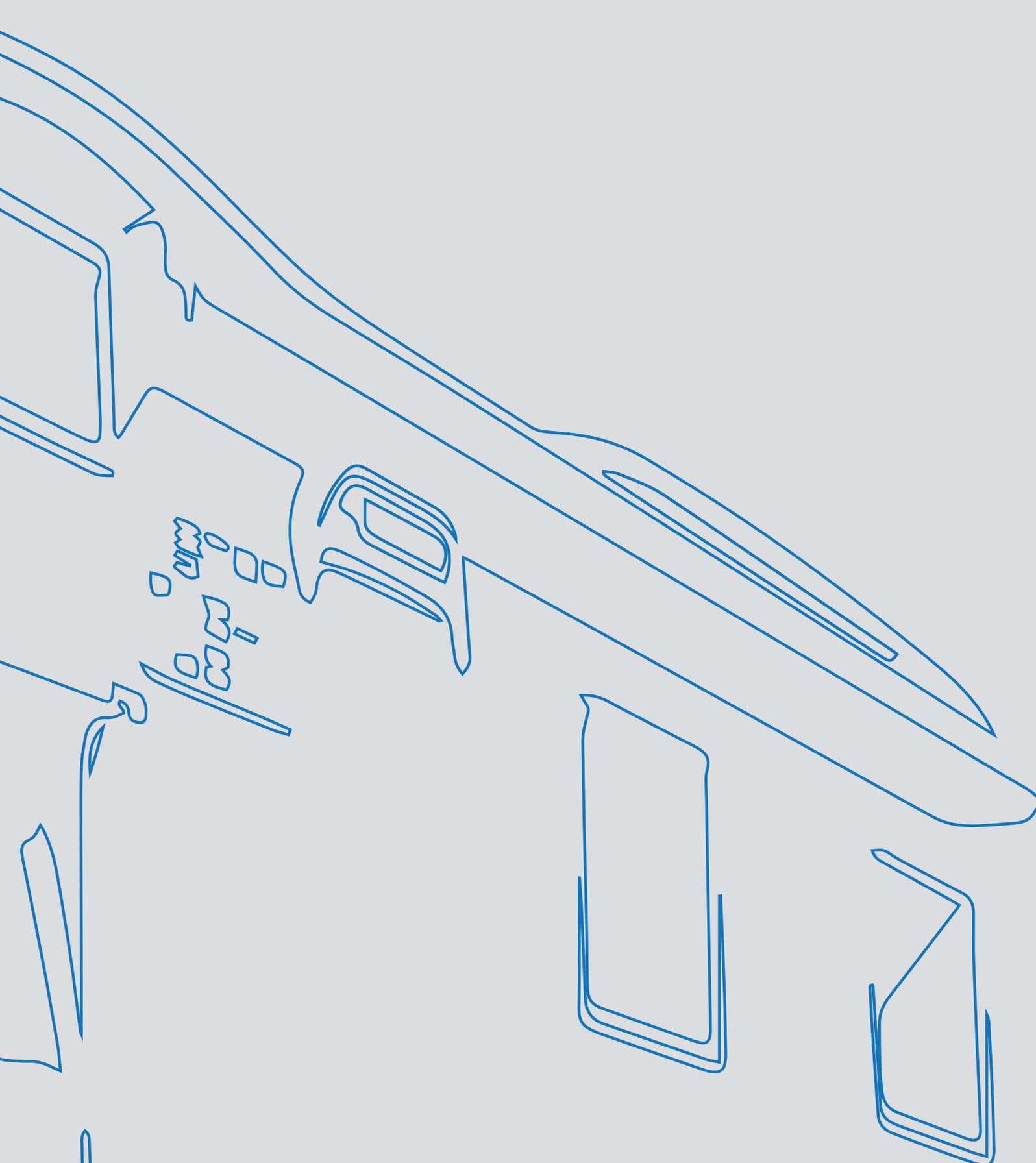
Coordinamento editoriale

Ghénos Communication

Grafico

Daniele Foà

Finito di stampare Luglio 2018



APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

Centro Direzionale Campomaggio, 16 Località Drove 53036 Poggibonsi (SI) - Tel. 0577/987013

info@apcitalia.com

www.associazioneproduttoricamper.it