



RAPPORTO REGIONALE - FRIULI VENEZIA GIULIA SUL TURISMO IN LIBERTÀ IN CAMPER E IN CARAVAN 2015

con la collaborazione di:



APC-ASSOCIAZIONE PRODUTTORI CARAVAN E CAMPER
RAPPORTO REGIONALE -
FRIULI VENEZIA GIULIA
SUL TURISMO IN LIBERTÀ
IN CAMPER E IN CARAVAN 2015

con la collaborazione di



L'APC - Associazione Produttori Caravan e Camper - ha il piacere di presentare il **Rapporto Regionale Friuli Venezia Giulia sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan 2015**, lo strumento informativo per le istituzioni, la stampa e tutti gli operatori della filiera del turismo in libertà, frutto della strategica collaborazione con la Regione Friuli Venezia Giulia.

Nonostante le criticità che il comparto produttivo italiano ha dovuto affrontare nel corso del 2014 per la permanente congiuntura economica recessiva, gli ottimi segnali di interesse e di partecipazione, da parte della community degli oltre 800mila camperisti italiani e dei 5,7 milioni di turisti in libertà nel nostro Paese, rappresentano il miglior stimolo per continuare a investire nella promozione di questa modalità di viaggio.

Il nostro settore, seppur con difficoltà, sta reagendo con tenacia e a parlare sono i numeri registrati dal mercato negli ultimi mesi del 2014 e ancor più nel primo semestre di quest'anno, che hanno segnato l'augurata e tanto attesa ripresa. Nel primo semestre 2015, i dati statistici del nuovo e dell'usato del mercato italiano dei camper hanno infatti segnato rispetto all'anno precedente un incoraggiante +10,2% e +9,9% rispettivamente.

Risultati che testimoniano sia la volontà di un comparto stimolato a fronteggiare continue sfide, sia il ritrovato entusiasmo in un settore che coinvolge ogni anno un numero crescente di persone, sempre più attratte da questa tipologia di vacanza, ritenuta la più conciliante tra costi, libertà di scelta dell'itinerario anche all'ultimo minuto, sicurezza, comodità e indipendenza.

Il **Friuli Venezia Giulia** rappresenta a livello nazionale il modello di riferimento per la qualità della ricettività delle aree di sosta presenti sul territorio. Proprio in questa Regione, infatti, secondo i risultati dell'Osservatorio sul Turismo in Libertà nelle Regioni italiane, realizzato in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, si concentra la migliore specializzazione dell'offerta delle aree di sosta a livello nazionale.

La realtà del turismo in libertà è riuscita a crescere negli ultimi anni nella Regione Friuli Venezia Giulia grazie all'impegno di tante amministrazioni comunali e alla realizzazione di nuove aree di sosta.

La Regione Friuli Venezia Giulia, inoltre, riconosce da tempo la legge regionale che disciplina la realizzazione di aree di sosta da parte dei Comuni singoli o associati, per rinnovare e ingrandire aree per la sosta dei veicoli ricreazionali. L'estrema frammentarietà del quadro normativo turistico sul territorio nazionale è, infatti, proprio uno dei principali ostacoli allo sviluppo di questa tipologia turistica, tema su cui la nostra Associazione si impegna da sempre.

APC coglie l'occasione per ringraziare il Presidente della Regione Friuli Venezia Giulia, Debora Serracchiani, per il fondamentale sostegno riconosciuto alla filiera del turismo in libertà, che contribuisce alla crescita del sistema turistico regionale e nazionale.



Jan de Haas

Presidente APC -
Associazione Produttori
Caravan e Camper

Il Friuli Venezia Giulia riceve stagione dopo stagione, sempre nuovi attestati di stima da parte del turismo italiano e internazionale. Merito dell'offerta puntualmente qualificata e variegata. In ogni periodo dell'anno il Friuli Venezia Giulia regala un giusto mix di storia e natura: piccoli borghi sospesi nel tempo, perle d'arte immerse in un paesaggio naturale intatto, tradizioni artigianali e sapori tipici, in un contesto a dimensione d'uomo, dove gli spazi sono sempre ampi e l'atmosfera rilassante. A completare il tutto, una variegata offerta di strutture ricettive e un ampio ventaglio di attività ricreative e sportive che è possibile praticare.

Gli ottimi risultati centrati dal turismo del Friuli Venezia Giulia premiano le attività messe in campo dalla Regione in questi anni, in Italia e all'estero. Nonostante la contrazione della spesa destinata alle vacanze, questo territorio è riuscito a intercettare le esigenze dei turisti, anche internazionali, sempre più propensi a prenotare e organizzare le loro vacanze in Friuli Venezia Giulia.

Una meta, la nostra regione, particolarmente apprezzata anche dai camperisti. Nel 2014, ha espresso la più elevata concentrazione di aree attrezzate di sosta, confermando un risultato complessivamente positivo anche rispetto alla capacità di attrazione della domanda, al grado di specializzazione dell'offerta in libertà e al livello di sensibilità dei Comuni.

In più, nel primo semestre 2015, il Friuli Venezia Giulia con diverse centinaia di trasferimenti netti di proprietà, ha primeggiato nel Nord-Est per il maggior incremento percentuale nel mercato dell'usato delle autocaravan.

È pertanto con grande piacere che do il benvenuto alla prima edizione del Rapporto regionale Friuli Venezia Giulia sul turismo in libertà in caravan e camper, con l'auspicio che questo ulteriore strumento possa essere un valido ausilio per l'organizzazione di una indimenticabile vacanza nella nostra Regione.

Non fa eccezione il turismo in libertà che continua a raccogliere interesse tra gli italiani e gli stranieri. I vacanzieri che scelgono il caravan e il camper per i loro momenti di evasione e relax sono sempre più guidati dal desiderio di trascorrere una vacanza in movimento, lontana dalla routine dei comportamenti ripetitivi e confezionati. Il Friuli Venezia Giulia, in questo senso, è una destinazione di eccellenza. La Regione, infatti, riserva a ogni sosta piacevoli sorprese: incantevoli paesaggi montani, colline vegliate da castelli o tappezzate di vigneti, suggestive lagune e il mare. E poi tanti eventi, tra cui feste e sagre, per rivivere tradizioni artigianali e riti popolari che si perdono nella notte dei tempi. Fattori, questi, di estrema attrattività per i turisti in libertà. Alla dotazione di 60 aree di sosta camper, nella nostra Regione, si aggiungono servizi per i camperisti e per gli amanti del turismo in libertà.

Il Friuli Venezia Giulia rappresenta una realtà che nel tempo ha dedicato attenzione al turismo in libertà anche dal punto di vista normativo, avendo contribuito a incentivare la creazione di aree di sosta nei Comuni, sia realizzandone di nuove sia ristrutturando e ampliando quelle esistenti. Non mancano, per gli appassionati di questa modalità di vacanza, servizi qualificati sul territorio regionale e informazioni acquisibili anche attraverso il web.

Il Rapporto regionale sul turismo in libertà contiene tutto questo e rappresenta una di quelle proficue collaborazioni che il Friuli Venezia Giulia instaura con categorie e associazioni, per la crescita e lo sviluppo sostenibile del turismo e dell'economia del territorio.



**Debora
Serracchiani**

Presidente della Regione
Friuli Venezia Giulia



Credits: Ph _Archivio Turismo FVG

Il turismo in libertà in Italia

Innumerevoli borghi inesplorati, natura incontaminata, paesaggi e panorami da cartolina, percorsi artistico-culturali unici al mondo e che tutti ci invidiano: questa è l'Italia, meta ideale per un'esperienza di viaggio unica e irripetibile e, in questo contesto, il turismo in libertà si afferma sempre più come la migliore alternativa per andare alla scoperta delle straordinarie attrazioni del nostro Paese.

Nonostante il settore, negli ultimi anni, abbia risentito di una congiuntura economica non favorevole e abbia subito una contrazione delle immatricolazioni, l'ultima parte del 2014 ha riservato evidenti segni di ripresa. Questi ultimi sono stati ampiamente confermati dal trend del I semestre del 2015 del mercato italiano delle autocaravan che registra, rispetto allo stesso periodo del 2014, un +10,2% nelle immatricolazioni del nuovo e un +9,9% dell'usato netto. Tali segnali, inoltre, sono in linea con la situazione del mercato europeo nel I semestre per le immatricolazioni delle nuove autocaravan (+9,9% vs. 2014) e caravan (+7,9% vs. 2014).

L'industria del caravanning in Italia, con oltre 5.500 persone addette, genera annualmente un fatturato di 500 milioni di euro, rientrando stabilmente tra i primi quattro migliori produttori europei. Numeri confortati anche da una richiesta/offerta turistica che si distingue per cifre di tutto rispetto: ogni anno, infatti, oltre alla nutrita comunità tricolore composta da più di 800.000 camperisti, sono circa 3 milioni gli italiani e 2,7 milioni gli stranieri a percorrere le strade italiane a bordo di questi veicoli, generando a loro volta, un fatturato annuo di 2,6 miliardi di euro (1,5 miliardi dal turismo domestico e 1,1 miliardi dal turismo estero) per un totale di 53 milioni di pernottamenti. Secondo la ricerca del Ciset – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, questi flussi rappresentano il 5,6% del movimento turistico italiano e il 5,4% di quello estero nel nostro Paese.

APC: storia, missione, valori

Nata nel 1977 per rappresentare, in Italia e in Europa, la filiera produttiva dei comparti autocaravan e caravan, **APC - Associazione Produttori Camper e Caravan** opera nel nostro Paese per promuovere la cultura del *camper style*, del turismo in libertà e della ricettività all'aria aperta.

L'industria del caravanning ha il proprio nucleo produttivo nel distretto della Valdelsa, tra Firenze e Siena, con uno stabilimento anche in Abruzzo, ad Ateessa. L'Associazione raggruppa le aziende, italiane ed estere, attive nella produzione di autocaravan, caravan, carrelli/carrelli tenda, 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 il turismo in libertà.

Da fine gennaio 2014 **Jan de Haas** ha assunto l'incarico di **Presidente APC**, mentre **Simone Nicolai** è stato nominato a settembre 2014 **Vice Presidente**.

I numeri di APC

APC e le sue imprese associate possono contare su 1.500 dipendenti diretti, ai quali si aggiungono 4.000 dipendenti della filiera del turismo itinerante: queste le risorse che nel 2014 hanno prodotto circa 9.000 autocaravan.

Gli **Associati APC** si suddividono nei seguenti gruppi:

Costruttori Italiani di autocaravan e caravan

Arca Camper, Rimor, Blu Camp, Laika Caravans, P.L.A., Sea – Società Europea Caravan (marchi: Elnagh, Mobilvetta, McLouis), Trigano (marchi: Caravans International, Roller Team).

Costruttori esteri di autocaravan e caravan

Adria Mobil, Benimar, Bürstner, Carado, Carthago, Dethleffs, Eura Mobil, Fendt Caravan, Font Vendome, Frankia, Hobby, Hymer, Itineo, Knaus-Tabbert, Pilote, Rapido, Sunlight, Trigano VDL.

Componentisti

Al-Ko Kober, ArSilicii, Cbe, CrippaCampeggio, CTA, Dimatec, Dometic, Fiamma, Fiat Professional – FCA Group, Innova, Iveco, Project 2000, Tecnoform, Thetford, Truma.

Per maggiori informazioni:

www.associazioneproduttoriampc.it

Il Salone del Camper

Anche nel 2015 APC, grazie alla consolidata sinergia con **Fiere di Parma**, è stata promotrice del **Salone del Camper**, la fiera di riferimento del settore in Italia e la seconda in Europa dedicata al mondo del caravanning e del turismo in libertà. La *kermesse*, giunta quest'anno alla VI edizione, rappresenta il punto d'incontro per eccellenza fra domanda e offerta, grazie alla partecipazione sempre più numerosa di aziende produttrici, addetti ai lavori e amanti del turismo in libertà.

Nei suoi 135.000 mq. di superficie espositiva, la manifestazione ha contribuito ad alimentare risultati sempre più positivi grazie alla completezza espositiva e alla ricca offerta di servizi. Nel 2015 oltre 126.000 visitatori (+5% vs.2014) hanno affollato i padiglioni della fiera nei nove giorni di apertura. Durante il Salone del Camper sono stati 630 i veicoli ricreazionali esposti che hanno suscitato forte interesse da parte di appassionati e curiosi.

Un vero successo anche per la città di Parma e dei Comuni limitrofi che hanno accolto e divertito tutta la fantastica community degli appassionati del turismo in libertà.

Durante la rassegna parmense sono state organizzate numerose iniziative per diffondere la cultura del turismo in libertà. Tra queste il **"Rental Pack 129 euro"**, la promozione ideata da APC e Fiere di Parma in collaborazione con Assocamp, che consente di noleggiare un veicolo per un weekend attraverso l'acquisto di un conveniente voucher a 129 euro. Altro momento significativo, quello de **"L'Agorà della Tecnica"** che ha riunito i massimi esperti del mondo della componentistica, fornendo ai visitatori informazioni utili con l'obiettivo di migliorare la qualità del viaggio in libertà.

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

L'industria del caravanning sta attraversando una complessa fase storica, per affrontare la quale appare doveroso intraprendere azioni sistemiche di sinergia tra tutti i livelli istituzionali. Per tale motivo, nel novembre 2014, APC ha presentato in Senato (prima firmataria la Senatrice Daniela Valentini) e nel gennaio 2015 alla Camera (prima firmataria l'Onorevole Susanna Cenni) un importante **disegno di legge sulle "Disposizioni in materia di incentivi alla rottamazione per autocaravan"** finalizzato al rilancio dell'intero comparto. In particolare APC ha richiesto l'istituzione di un fondo presso il Ministero dello Sviluppo Economico rivolto alla concessione di un contributo per ciascun autocaravan acquistato e immatricolato. Tale DDL, che è stato inoltre sostenuto dal Vice Ministro Riccardo Nencini a luglio 2015 durante la conferenza per la presentazione del Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e Caravan 2015, ha come obiettivo l'incentivazione alla rottamazione dei vecchi veicoli "Euro 0" e "Euro 1", che rappresentano ancora una consistente fetta dell'intero parco delle autocaravan circolanti in Italia. In Italia il calo delle immatricolazioni a fine 2014 si è lievemente ma ulteriormente ridotto, rispetto al 2013. Per quanto riguarda le autocaravan, infatti, le registrazioni passano dal -20% (2013 vs. 2012) al -9% (2014 vs. 2013), corrispondente a un volume di 3.448 veicoli venduti. Il primo semestre del 2015 è stato però in grado di invertire la contrazione, registrando un **+10,2% nel mercato del nuovo delle autocaravan**.

Tale ripresa ha inoltre coinciso con una costante **crescita del mercato dell'usato netto** con oltre 25.505 trasferimenti netti di proprietà a fine 2014, pari a +11% rispetto al 2013 e un ulteriore +9,9% nel primo semestre del 2015 rispetto al 2014.

Altro dato significativo registrato nel 2014 è rappresentato dall'investimento da parte delle aziende produttrici nell'**export**; il costante aumento delle esportazioni nel comparto, passate dal 74% nel 2012 ad addirittura l'83% nel 2014, testimoniano l'indiscussa qualità dei prodotti Made in Italy, apprezzatissimi all'estero per il design innovativo e per le avanzate tecnologie.

Il Belpaese si distingue nel 2014 anche nella quota delle nuove autocaravan con destinazione **noleggio**, consolidandosi oltre il 15% dei volumi immatricolativi. Anche grazie a iniziative promozionali di assoluto interesse come il "Rental Pack 129 euro", promosso da APC e lanciato in occasione del Salone del Camper di Parma, il noleggio resta quindi una delle formule più valide per vivere indimenticabili esperienze di viaggio all'aria aperta e andare alla scoperta dell'immenso patrimonio artistico-culturale del nostro Paese.

A fine 2014, secondo i dati forniti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, in Italia circolano **214.143 autocaravan e 61.216 caravan**. Il 61% delle autocaravan circolanti risulta immatricolato da più di 10 anni mentre il 29% presenta un'anzianità superiore ai vent'anni.

Se si aggiunge che il parco circolante **"Euro 0"** ed **"Euro 1"** in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 1999, è pari a ben 78.368 unità, cioè circa il 37,5% di tutti i camper che circolano nel nostro Paese, si rende assolutamente necessaria l'approvazione del disegno di legge per la rottamazione presentato in Senato e alla Camera da APC. Questa manovra favorirebbe un adeguato livello di efficienza nei consumi e renderebbe più attuali e concorrenziali le condizioni strutturali e tecniche di un reparto che garantisce comunque all'Italia, vale la pena ricordarlo e sottolinearlo, un fatturato annuo di 500 milioni di euro.

Modello di riferimento per l'Italia è certamente **il mercato europeo** dei veicoli ricreazionali, capace di rispondere alle contenute flessioni del 2013 con un nuovo rilancio, soprattutto delle autocaravan. A fine 2014 le immatricolazioni in Europa delle autocaravan si sono attestate sulle 72.163 unità, contro le 71.342 del 2013 (+1,1%), mentre quelle delle caravan, contenendo le perdite rispetto al 2012, rimangono pur sempre al di sotto dei risultati del 2013, con 65.121 unità (-1,8%); incremento che si consolida nel primo semestre del 2015. Se infatti nel primo semestre 2014, le immatricolazioni di caravan sono state 40.316, nello stesso periodo del 2015 i numeri sono cresciuti a 43.496, con un incremento del +7,9%. Numeri in salita anche per le immatricolazioni di autocaravan, che nei primi sei mesi del 2015 si sono attestate su 54.273 contro le 48.481 dello stesso periodo del 2014 con un aumento percentuale del +11,9%.

Dal confronto sui singoli segmenti in termini assoluti, i due Paesi dalla più grande tradizione camperistica, **Germania e Francia**, si confermano le principali nazioni per immatricolazioni di autocaravan, rispettivamente con 25.746 (+3,8% vs. 2013) e 15.444 veicoli (-7,3% vs. 2013), seguite dal **Regno Unito**, con 8.733 autocaravan immatricolate (+17,6% vs. 2013) e dalla Svezia, con 3.967 autocaravan immatricolate (+12,7% vs. 2013). Ottimo **il quinto posto dell'Italia**, che, con 3.448 immatricolazioni, si attesta tra le prime forze europee alle spalle di queste consolidate potenze del comparto. Continuano a crescere anche Paesi emergenti come Austria (8,3% vs. 2013), Belgio (9,6% vs. 2013) e Danimarca (18,2% vs. 2013). Nel primo semestre 2015 nel comparto delle autocaravan l'Italia non solo ha realizzato il +10,2% rispetto al 2014,

come già detto, ma con le sue 2.707 unità nuove immatricolate sorpassa la Svezia, scalando una posizione nella classifica europea.

Per quanto riguarda invece le caravan, è il Regno Unito, seppur registrando il -6,7% rispetto al 2013, a detenere il primato a livello europeo con 18.470 veicoli nuovi immatricolati. Il Regno Unito si conferma pertanto in Europa il Paese tradizionalmente più incline a questo tipo di soluzione turistica, seguito da Germania, Francia, Paesi Bassi e Svezia. L'Italia, a fine 2014, prova a riemergere anche in questo comparto, superando Austria e Portogallo.

Le immatricolazioni di autocaravan e di caravan nel Friuli Venezia Giulia

Come per gli anni precedenti, anche nel 2014 il **Nord Italia** si è confermato leader nella concentrazione di immatricolazioni di nuovi veicoli autocaravan e caravan, registrando un incremento rispetto al 2013, rispettivamente del 74,4% e del 72,9% delle immatricolazioni totali.

Mentre è la Lombardia a continuare a detenere il primato con le migliori performance sia nel segmento delle autocaravan (21,4% nuovo e 16,9% usato), sia in quello delle caravan (26,8% nuovo e 16,8% usato), a distinguersi nel Nord Italia nel 2014 per il **rapporto più elevato usato/nuovo** per le autocaravan e caravan sono a sorpresa rispettivamente la Liguria (per ogni nuova autocaravan immatricolata se ne contano almeno 8 usate) e il **Friuli Venezia Giulia** (per ogni nuova caravan immatricolata si effettuano 12,4 trasferimenti di proprietà).

Nel **Friuli Venezia Giulia** nel 2014 sono state registrate 130 nuove immatricolazioni di autocaravan, pari al 3,7% del totale nazionale, mentre sono stati 684 i trasferimenti di proprietà netti (2,7% del totale nazionale).

Facendo un'analisi a livello di macro-aree regionali il Friuli Venezia Giulia si è posizionata all'ultimo posto nella graduatoria delle **Regioni del Nord-Est Italia** (Veneto, Emilia Romagna e Trentino Alto Adige) dove globalmente sono state immatricolate 1.229 autocaravan nuove e 7.094 sono stati i trasferimenti netti di proprietà, ricoprendo rispettivamente il 10,6% e il 9,6% del totale.

Anche se il quadro non cambia considerando il primo semestre del 2015, è da sottolineare come questi dati, sia quelli del nuovo che quelli dell'usato, se interpretati in accordo a un'analisi demografica, cioè analizzando il mercato in funzione del bacino di riferimento e cioè dell'utenza potenziale (fatto 100 il mercato e il totale popolazione si confrontano i risultati per ogni Regione e se ne valuta la rappresentatività), il Friuli Venezia Giulia si aggiudica per il 2014 un degno sesto posto in ambito nazionale in entrambi i mercati. In tal senso, facendo nuovamente riferimento alla macro-area del Nord-Est Italia, il Friuli Venezia Giulia scavalca persino il Veneto e l'Emilia Romagna, ai vertici in termini assoluti in entrambi i mercati, ma non riesce a superare il Trentino Alto Adige dove, nel 2014, l'esiguo 1,73% dei residenti ha sottoscritto oltre il 4% dei contratti nazionali di acquisto del nuovo e il 3,27% di quelli relativi all'usato, dimostrando un'alta propensione per questa tipologia di vacanza.

In totale, in Friuli Venezia Giulia, sono state 814 le autocaravan messe in strada nel 2014 tra nuove e usate, con una percentuale pari al 2,8% del totale nazionale con un rapporto usato/nuovo pari a 5,2 (si veda **Tabella a**).

Nonostante nel 2014 il posizionamento della Regione si sia mantenuto inalterato in ambito nazionale rispetto all'anno precedente, il mercato regionale ha subito una leggera contrazione rispetto al 2013, che si concludeva con la registrazione di 136 autocaravan nuove e 805 usate. Contrazione che ha continuato a caratterizzare il primo semestre del 2015, ma solo nel mercato delle autocaravan nuove (90 unità, -12,6% rispetto al corrispondente periodo del 2014), in quanto nel **mercato dell'usato**, con 411 trasferimenti netti di proprietà, **il Friuli Venezia Giulia ha primeggiato nell'area del Nord-Est** per il maggior incremento percentuale (+17,8% rispetto al corrispondente periodo del 2014, si veda **Tabella b**).

Nello specifico è **Gorizia** la Provincia con il maggior numero di immatricolazioni di autocaravan sia a fine 2014 (39 mezzi) che nel primo semestre 2015 (33 mezzi), mentre per l'immatricolato delle caravan è **Trieste** a detenere il primato (9 mezzi a fine 2014 e 7 mezzi nel primo semestre 2015, si vedano **Tablelle c e d**).

Tabella a. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni e trasferimenti netti di proprietà in Friuli Venezia Giulia nel 2014

	Autocaravan							Caravan						
	Nuovi	% Tot. Naz.	Usati	% Tot. Naz.	Totale	% Tot. Naz.	Rapporto Usato/Nuovo	Nuovi	% Tot. Naz.	Usati	% Tot. Naz.	Totale	% Tot. Naz.	Rapporto Usato/Nuovo
Friuli V.G.	130	3,7	684	2,7	814	2,8	5,2	17	2	211	2,5	228	2,4	12,4
Totale	3.446	100,0	25.505	100,0	28.951	100,0	7,4	866	100,0	8.608	100,0	9.474	100,0	9,9

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

Tabella b. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni e trasferimenti di proprietà netti in Friuli Venezia Giulia nel I semestre 2015

	Autocaravan							Caravan						
	Nuovi	% Tot. Naz.	Usati	% Tot. Naz.	Totale	% Tot. Naz.	Rapporto Usato/Nuovo	Nuovi	% Tot. Naz.	Usati	% Tot. Naz.	Totale	% Tot. Naz.	Rapporto Usato/Nuovo
Friuli V.G.	90	3,3	411	2,9	501	3,0	4,6	10	1,88	111	2,53	121	2,46	11,10
Totale	2.707	100,0	14.049	100,0	16.756	100,0	5,2	533	100,0	4.387	100,0	4.920	100,0	8,23

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

Tabella c. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni in Friuli Venezia Giulia nel 2014 per Provincia

Province	Autocaravan	Caravan
Pordenone	31	6
Trieste	27	9
Udine	33	1
Gorizia	39	1
Totale	130	17

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

Tabella d. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni in Friuli Venezia Giulia nel I semestre 2015 per Provincia

Province	Autocaravan	Caravan
Pordenone	23	4
Trieste	24	7
Udine	22	3
Gorizia	33	1
Totale	102	15

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

Nel 2015, come nel 2014, il **Nord Italia** si conferma leader nella concentrazione di immatricolazioni di nuovi veicoli autocaravan e caravan. In particolare è il **Nord-Ovest** l'area in cui il mercato dell'usato, al pari del nuovo, registra i maggiori movimenti: 1.093 veicoli nuovi (+15,8% vs. 2014), 4.634 veicoli usati (+7,6% vs. 2014), per un totale di 5.727 movimenti (+9,1% vs. 2014). Sempre nel primo semestre 2015, il **Nord-Est** ha invece totalizzato: 990 veicoli nuovi (+7,8% vs. 2014), 3.967 veicoli usati (+12,1% vs. 2014) e complessivamente 4.957 movimenti (+11,2% vs. 2014).

Rispetto al totale Italia, la macro-area centrale del Paese ha registrato una lieve crescita nel primo semestre 2015, grazie al +16,4% delle nuove immatricolazioni (+16% nel primo semestre 2014) e al 24% dei movimenti dell'usato (23,5% nel primo semestre 2014). Nel **Centro Italia** sono state dunque registrate 445 nuove immatricolazioni (+13,5% vs. 2014), 3.374 veicoli usati (+12,1% vs. 2014), per un totale di 3.813 movimenti (+12,3% vs. 2014). Il rapporto tra usato e nuovo è stato pari al +7,6%, rispetto al +5,2% della media nazionale.

La macro-area **Sud e Isole** ha registrato, nei primi sei mesi del 2015, ottimi risultati nel rapporto tra usato e nuovo, che nel Sud si è rivelato pari al +13,1% (contro il +5,2% della media nazionale) e nelle Isole si è attestato a +10,3% (contro il +5,2% della media nazionale).

Per quanto riguarda invece la registrazione di veicoli nuovi e usati, il Sud ha censito 84 veicoli nuovi (-11,6% vs. 2014), 1.100 veicoli usati (+3,9% vs. 2014) per un totale di 1.184 movimenti (2,6% vs. 2014); mentre le Isole hanno censito 95 veicoli nuovi (-10,4% vs. 2014), 974 veicoli usati (+11,6% vs. 2014), per un totale di 1.069 movimenti (+9,2% vs. 2014).



I flussi turistici in libertà in Italia

Il turismo in libertà è una preziosa risorsa che attrae ogni anno un notevole afflusso di turisti stranieri nel nostro Paese. Come illustrano le ultime rilevazioni fornite dall'Osservatorio della Banca d'Italia, nel 2013 il turismo *incoming* in libertà ha registrato performance positive. In tutto, sono stati 2,7 milioni i turisti stranieri che hanno scelto di visitare l'Italia in autocaravan, caravan o tenda, pari al 5,4% del movimento turistico totale internazionale nella nostra Penisola ed equivalenti a 22,9 milioni di notti trascorse in campeggi, punti di sosta o aree attrezzate (7% dei pernottamenti totali *incoming*), per un fatturato di 1,1 miliardi di euro annui (3,7% della spesa complessiva).

Per quanto riguarda le destinazioni preferite dai principali visitatori del Belpaese, come illustrato nella **Tabella e**, la scelta cambia in funzione della rispettiva provenienza. Prendendo in considerazione solo i principali flussi esteri in libertà, è possibile notare come il Friuli Venezia Giulia sia la seconda meta preferita dagli Austriaci (31,1%), che prediligono tutto il Triveneto, la quinta per i Francesi (6,4%) e infine l'ottava per i Tedeschi (2,4%).

Tabella e. Principali Regioni italiane di destinazione dei turisti in libertà in funzione del Paese di origine (distribuzione % dei flussi)

Austriaci		Francesi		Olandesi		Tedeschi	
Veneto	38,3%	Lombardia	26,4%	Veneto	28,0%	Veneto	33,5%
Friuli V.G.	31,1%	Piemonte	24,1%	Lombardia	25,1%	Trentino A.A.	26,3%
Trentino A.A.	14,9%	Veneto	14,0%	Trentino A.A.	8,5%	Toscana	11,9%
Toscana	10,2%	Valle d'Aosta	7,7%	Toscana	8,4%	Lombardia	7,2%
Emilia R.	4,4%	Friuli V.G.	6,4%	Liguria	7,4%	Liguria	6,1%
Lombardia	1,1%	Toscana	6,2%	Marche	5,8%	Piemonte	2,9%
		Emilia Romagna	5,0%	Emilia Romagna	4,7%	Umbria	2,6%
		Liguria	2,4%	Lazio	3,8%	Friuli V.G.	2,4%
		Abruzzo	1,8%	Piemonte	2,1%	Emilia	2,1%
		Umbria	1,8%	Puglia	2,0%	Marche	1,6%
Altre Regioni	0,0%	Altre Regioni	4,2%	Altre Regioni	4,2%	Altre Regioni	3,2%

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Per quanto riguarda, invece, i turisti italiani in libertà, secondo le stime del Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, elaborate a partire dagli ultimi dati resi disponibili dall'ISTAT, nel 2013 sono circa 3 milioni gli italiani che hanno trascorso lungo lo Stivale, una vacanza in camper, caravan o tenda, pari al 5,6% dell'intero turismo domestico, per un totale di 30 milioni di notti e una spesa annua superiore a 1,5 miliardi di euro. Numeri in leggera flessione, anche se contenuta, rispetto a quelli indicati per il 2012, a dimostrazione di come in tempi di crisi, in Italia, la vacanza *on the road*, tenga meglio del turismo domestico in generale.

I flussi turistici in libertà nel Friuli Venezia Giulia

Esaminando i dati presenti nelle tabelle, che fanno riferimento alla tipologia di struttura ricettiva formalmente riconosciuta come campeggi, si osserva che nel 2014 sono stati registrati complessivamente 153.321 arrivi, dei quali circa il 32% da parte di italiani e il 68% di stranieri e 873.915 presenze delle quali il 33% di italiani e il 67% appannaggio dei vacanzieri stranieri.

Il confronto con il 2013 denota un aumento degli arrivi da parte degli stranieri a discapito di quelli italiani, ma soprattutto evidenzia la diminuzione da parte di entrambi in termini di permanenza (**Tabella f**).

Tabella f. Flussi totali dei turisti in libertà nel Friuli Venezia Giulia

	Arrivi				Presenze			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Totale stranieri	104.101	99.005	5.096	5,15%	584.232	580.838	3.394	0,58%
Totale italiani	49.220	52.887	- 3.667	- 6,93%	289.683	327.031	- 37.348	- 11,42%
Totale generale	153.321	151.892	1.429	0,94%	873.915	907.869	- 33.954	- 3,74%

*Elaborazione Ufficio Statistica Turismo FVG

Per quanto riguarda le Regioni italiane di provenienza sono i turisti in libertà del Veneto, con il 30,2%, a produrre in assoluto il maggior numero di arrivi, seguiti da quelli del Friuli Venezia Giulia (24,5%) e dai lombardi (21,0%) (**Tabella g**).

Tabella g. Flussi per provenienza regionale dei turisti in libertà nel Friuli Venezia Giulia

	Arrivi				Presenze			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Piemonte	3.136	3.461	- 325	- 9,39%	20.272	22.358	- 2.086	- 9,33%
Valle D'aosta	72	136	- 64	- 47,06%	275	575	- 300	- 52,17%
Lombardia	10.320	10.976	- 656	- 5,98%	69.397	75.239	- 5.842	- 7,76%
Trentino-Alto Adige	3.116	3.001	115	3,83%	17.535	16.511	1.024	6,20%
Veneto	14.873	15.571	- 698	- 4,48%	80.034	87.429	- 7.395	- 8,46%
Friuli Venezia Giulia	12.040	14.303	- 2.263	- 15,82%	79.204	101.807	- 22.603	- 22,20%
Liguria	439	448	- 9	- 2,01%	1.573	1.501	72	4,80%
Emilia Romagna	2.131	2.206	- 75	- 3,40%	9.139	9.894	- 755	- 7,63%
Toscana	844	801	43	5,37%	2.724	2.798	- 74	- 2,64%
Umbria	250	184	66	35,87%	1.048	960	88	9,17%
Marche	292	211	81	38,39%	595	544	51	9,38%
Lazio	773	778	- 5	- 0,64%	3.637	3.270	367	11,22%
Abruzzo	97	83	14	16,87%	625	514	111	21,60%
Molise	14	26	- 12	- 46,15%	38	33	5	15,15%
Campania	284	189	95	50,26%	1.872	1.282	590	46,02%
Puglia	218	187	31	16,58%	622	877	- 255	- 29,08%
Basilica	21	18	3	16,67%	48	57	- 9	- 15,79%
Calabria	71	60	11	18,33%	240	197	43	21,83%
Sicilia	163	174	- 11	- 6,32%	627	976	- 349	- 35,76%
Sardegna	66	74	- 8	- 10,81%	178	209	- 31	- 14,83%
Totali	49.220	52.887	- 3.667	- 6,93%	289.683	327.031	- 37.348	- 11,42%

*Elaborazione Ufficio Statistica Turismo FVG

Grande l'attenzione dei turisti in libertà stranieri per il territorio del Friuli Venezia Giulia, che nel 2014 hanno fatto registrare infatti ben 104.101 arrivi e 584.232 presenze; fra loro, i primi nella classifica degli arrivi sono i tedeschi con il 34%, seguono gli austriaci con il 28,5% e gli olandesi con il 7,22%. Buona anche la presenza di ungheresi, svizzeri e polacchi nell'ordine (**Tabella h**).

Tabella h. Flussi per provenienza estera dei turisti in libertà nel Friuli Venezia Giulia

	Arrivi				Presenze			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Austria	29.643	26.605	3.038	11,42%	142.994	133.431	9.563	7,17%
Germania	35.563	33.832	1.731	5,12%	228.736	226.467	2.269	1,00%
Paesi Bassi	7.518	7.760	-242	-3,12%	54.878	58.541	-3.663	-6,26%
Polonia	3.274	2.976	298	10,01%	15.455	17.747	-2.292	-12,91%
Svizzera	3.376	3.430	-54	-1,57%	16.604	17.676	-1.072	-6,06%
Ungheria	3.970	3.409	561	16,46%	20.480	16.584	3.896	23,49%
Totali	83.344	78.012	5.332	6,8%	479.147	470.446	8.701	1,9%
Totale paesi europei	104.101	99.005	5.096	5,15%	584.232	580.838	3.394	0,58%

*Elaborazione Ufficio Statistica Turismo FVG

*I dati riportati sono quelli risultanti dall'elaborazione delle comunicazioni effettuate direttamente dagli esercizi collegati alla procedura di rilevazione arrivi e presenze denominata "WebTur".
La valutazione della completezza del numero degli esercizi che aderiscono a tale sistema di rilevazione e della completezza e correttezza dei dati che gli esercizi inseriscono o forniscono per altra via non rientra nei compiti dell'Agenzia Turismo FVG.

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 2013 ciascun visitatore estero che ha scelto l'Italia per una vacanza, ha speso mediamente **50,80 euro al giorno**, con un incremento del +3,9% rispetto al 2012 e **436,29 euro per l'intero soggiorno** (+2% rispetto al 2012), la cui durata si attesta sui 9 giorni. Questi valori, secondo i dati dell'Osservatorio della Banca d'Italia, risultano nettamente inferiori rispetto alla media del turismo *incoming* totale, che registra rispettivamente una spesa di circa 97,45 euro a notte e 654,92 euro per una vacanza di circa 7 notti. Tuttavia, va sottolineato come la spesa sostenuta per il soggiorno da un turista straniero in libertà, sia cresciuta più della spesa del turista *incoming* (+2% contro +0,6% tra 2012 e 2013).

Tale andamento si fa ancora più marcato nel caso dei camperisti stranieri: nonostante essi abbiano speso nel 2013 in Italia **49,81 euro al giorno e 374,9 euro per l'intera vacanza**, quest'ultima voce registra una crescita del +2,4% rispetto al 2012.

Per i vacanzieri italiani in libertà in Italia si stima, invece, una spesa media pro capite giornaliera intorno ai 50 euro e per l'intero soggiorno intorno ai 500 euro, su una durata della permanenza che si avvicina alle 10 notti.

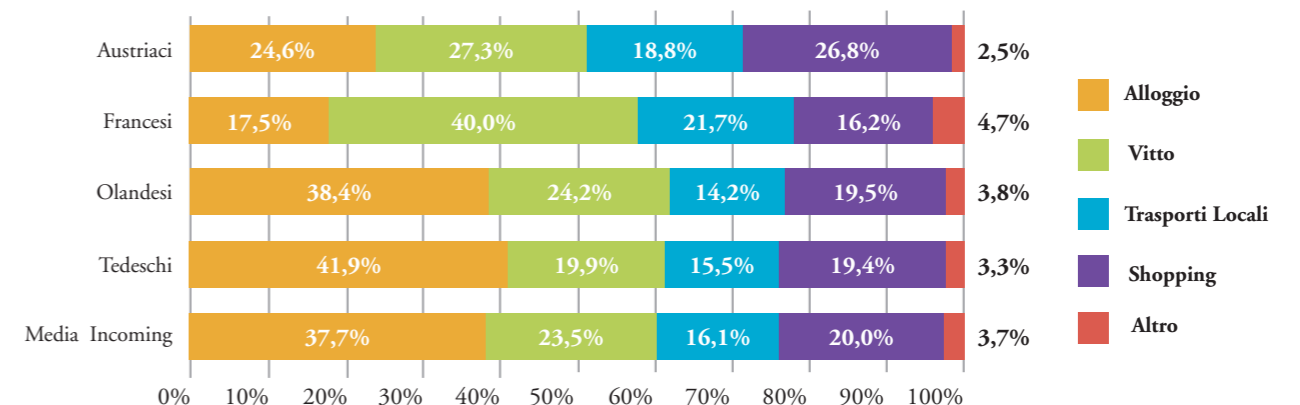
Analizzando nel dettaglio le spese sostenute dai turisti esteri in libertà in Italia, gli olandesi si distinguono per una spesa media a persona per tutto il soggiorno (mediamente 11 giorni) pari a 521,27 euro, seguiti dai francesi con 444,59 euro per 9 notti, dagli austriaci, con 402,06 euro per quasi 7 giorni, e dai tedeschi, con 395,93 euro per 8 notti. La maggiore durata della permanenza da parte dei turisti dei Paesi Bassi spiega perché essi sostengano una spesa media pro capite per pernottamento inferiore a quella degli altri turisti esteri (46,38 euro contro i 47,01 euro dei francesi, i 48,83 euro dei tedeschi e i 58,17 euro degli austriaci).

Nel nostro Paese, i visitatori stranieri in autocaravan spendono meno di quelli in caravan sia per l'intero soggiorno (rispettivamente 374,91 euro contro 464,71 euro a persona), sia per l'importo medio per notte (rispettivamente, 49,81 euro contro 51,18 euro). La minore spesa è legata, da un lato, a una permanenza più breve (poco più di 7 notti contro le 9 notti in caravan o tenda), dall'altro, alla possibilità per i camperisti di ridurre il costo totale sostando in aree esterne ai campeggi, spesso gratuite.

Tra i camperisti stranieri, i francesi detengono il primato di spesa per quanto riguarda l'intero soggiorno (427,71 euro a persona per una permanenza media di oltre 10 notti), mentre gli austriaci quello per la singola notte (66,67 euro). Viceversa, sono i camperisti olandesi a spendere meno sia per il soggiorno (383,79 euro per quasi 11 notti), che per singola notte (35,41 euro). Tra gli amanti della caravan e della tenda, i francesi si confermano al primo posto per la maggiore spesa media pro capite giornaliera (59,30 euro), in ulteriore aumento rispetto al 2012, superati dagli olandesi per quanto riguarda quella relativa all'intero soggiorno (577,66 euro per 11 notti).

Le abitudini di spesa per i camperisti *incoming* variano anche, come si evince dal **Grafico a**, in funzione del Paese di provenienza. Tedeschi e olandesi destinano la quota principale del budget all'alloggio, scegliendo campeggi o altre strutture a pagamento, con rispettivamente il 42% e il 38% sulla spesa totale. Nel caso del vitto, sono i transalpini a investire l'importo più consistente rispetto alla spesa totale: l'ammontare investito per ristoranti, alimenti e bevande rappresenta il 40% del loro paniere totale, contro il 27% di quello degli austriaci, il 24% degli olandesi e il 20% dei tedeschi. Curiosamente, i francesi spendono maggiormente anche per parcheggio, carburante e trasporti locali (22% del budget contro il 19% di quello degli austriaci, il 15,5% dei tedeschi e il 14% degli olandesi), e questo è probabilmente giustificato dalla loro inclinazione verso il turismo in libertà. Gli austriaci privilegiano, infine, spendere maggiormente nello shopping (27% del budget contro il 19,5% di quello degli olandesi, il 19% dei tedeschi e il 16% dei francesi).

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



Elaborazione Ciset su dati Banca d'Italia

Gli obiettivi dell'Osservatorio

L'APC realizza dal 2013 analisi e ricerche sul settore del turismo in libertà in Italia, attraverso uno studio approfondito sulle Regioni, grazie alla consolidata collaborazione con il CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia che elabora i dati dell'**Osservatorio sul turismo in libertà**. In particolare, l'Osservatorio elabora una fotografia aggiornata sulla diffusione e la valorizzazione di questa tipologia di turismo **Regione per Regione**, partendo proprio dalla valutazione dell'attrattività e del grado di capacità ricettiva dei singoli territori, nonché dal relativo potenziamento delle strutture in libertà per incrementare l'accoglienza di questa tipologia di turisti. Nello specifico, per ciascuna Regione l'**Osservatorio** monitora:

- i **valori di turisticità**, intesa come capacità di attrazione dei turisti in autocaravan, caravan o tenda e loro distribuzione/concentrazione sul territorio;
- **gli indici di ricettività**, analizzati in base al grado di specializzazione e qualità dell'offerta ricettiva, ma anche alla distribuzione e concentrazione delle aree di sosta sul territorio;
- **il grado di sensibilità e di attenzione** nei confronti di questo settore turistico e, dunque, la disponibilità dei Comuni a investire nel potenziamento della ricettività e dell'accoglienza dedicata sul proprio territorio.

I valori di turisticità del turismo in libertà

I valori di turisticità relativi a ciascuna Regione sono stati esaminati, in primo luogo, in base alla **capacità di attrazione** della domanda di turismo in libertà, quantificando il peso dello specifico segmento rispetto all'intero movimento turistico regionale.

Dal confronto di questi risultati con quelli pubblicati nell'Osservatorio 2014 il **Friuli Venezia Giulia**, che si colloca nella fascia di attrattività intermedia (indicatore tra 41 e 60 su 100) insieme a Piemonte, Trentino Alto Adige, Abruzzo e Basilicata, evidenzia **una diminuzione dell'attrattività**, dovuta anche al calo della domanda italiana, che per molti territori rappresenta il mercato principale per il turismo in libertà. Le **Marche** sembrano l'unica regione a conservare, in modo costante, un elevato livello di turisticità in libertà, mentre **Sardegna e Veneto** accusano una flessione dell'indicatore, pur rimanendo nel gruppo di testa (indicatore uguale o superiore a 81 su 100).

La **Valle d'Aosta**, invece, esce dal gruppo delle Regioni leader, mentre il **Piemonte** è l'unica Regione a registrare un aumento del valore del proprio indicatore rispetto all'anno precedente.

L'attrattività è stata, inoltre, esaminata in relazione **all'intensità della domanda di turismo in libertà**, ovvero alla sua concentrazione o distribuzione rispetto al totale della popolazione e della superficie territoriale. La performance del **Friuli Venezia Giulia rimane stabile** rispetto all'anno precedente (indicatore compreso tra 16 e 35 su 100).

Si conferma, invece, la superiorità (indicatore uguale o superiore a 71 su 100) della **Valle d'Aosta**, data la limitata estensione territoriale, e del **Veneto**, dove primeggiano le località balneari della costa adriatica e il Lago di Garda, ricche di strutture ricettive attrezzate. Rispetto all'Osservatorio 2014, da notare anche in questo caso il buon risultato del **Piemonte**, che entra nel gruppo intermedio (indicatore tra 36 e 70 su 100): la crescita della sua capacità di attrazione nei confronti dei turisti in libertà, evidenziata in precedenza, si traduce anche in un aumento della concentrazione della domanda sul territorio regionale.

Gli indici di ricettività del turismo in libertà

Il **grado di specializzazione dell'offerta in libertà**, ossia la capacità ricettiva offerta da campeggi e aree di sosta camper rispetto all'accoglienza totale della Regione, risulta anch'essa in tendenziale diminuzione rispetto all'anno precedente, soprattutto dal lato dei campeggi.

Rispetto allo scorso anno, il **Friuli Venezia Giulia scende** dal secondo al terzo gruppo (indicatore tra 41 e 60 su 100). Tra le Regioni che guidano questa classifica, bisogna sottolineare il rafforzamento del **Veneto** e delle **Marche**, che consolidano la loro offerta, soprattutto dal punto di vista delle aree di sosta. In linea anche **gli indicatori di domanda e offerta per Friuli Venezia Giulia, Basilicata, Lazio e Umbria**, che rientrano nella stessa classe di valori, sebbene più contenuti rispetto alle Regioni appena citate.

La **qualità delle aree di sosta**, intesa come l'incidenza percentuale delle aree attrezzate sulle aree di sosta totali regionali, è in crescita sull'intero territorio italiano. La concentrazione più elevata di aree attrezzate si riscontra proprio in **Friuli Venezia Giulia**, che insieme a **Puglia, Valle d'Aosta, Marche, Calabria, Sicilia e Lazio** ha un indicatore tra 91 e 100, mentre è minima in **Emilia Romagna** (indicatore minore o uguale a 70 su 100), dove in proporzione tali aree hanno un peso inferiore, considerata l'elevata presenza di punti di sosta e camper service.

Per quanto riguarda la **densità dell'offerta attrezzata in libertà**, ossia la sua concentrazione o distribuzione in proporzione al numero di abitanti e all'estensione del territorio regionale, il **Friuli Venezia Giulia** si posiziona nella penultima fascia (indicatore compreso tra 16 e 35 su 100).

Il grado di sensibilità verso il turismo in libertà

Rispetto alle edizioni precedenti, l'analisi di tale capacità è stata affinata, per ciascuna Regione, prendendo in esame due elementi:

- **il livello di interesse**, espresso dal numero di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato al Bando promosso da APC **"I Comuni del Turismo in Libertà"** sul totale dei Comuni partecipanti e vincitori in Italia;
- **l'intensità di partecipazione**, ossia il numero di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato a più edizioni del Bando, sul numero totale di questi Comuni presenti in Italia.

La combinazione di queste due informazioni consente di valutare non solo la volontà delle amministrazioni locali di investire in questa tipologia di turismo e la capillarità delle proposte, ma anche la perseveranza nel voler migliorare la qualità dell'offerta e dei servizi destinati alla domanda del turismo in libertà.

Nello specifico, sono stati considerati i Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e tutti i Comuni partecipanti dal 2008 al 2014. Da questa analisi è emerso come il **Friuli Venezia Giulia**, insieme a Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige e Molise, sia tra le Regioni con la **minore densità di Comuni partecipanti al Bando** (indicatore inferiore o uguale a 15 su 100).

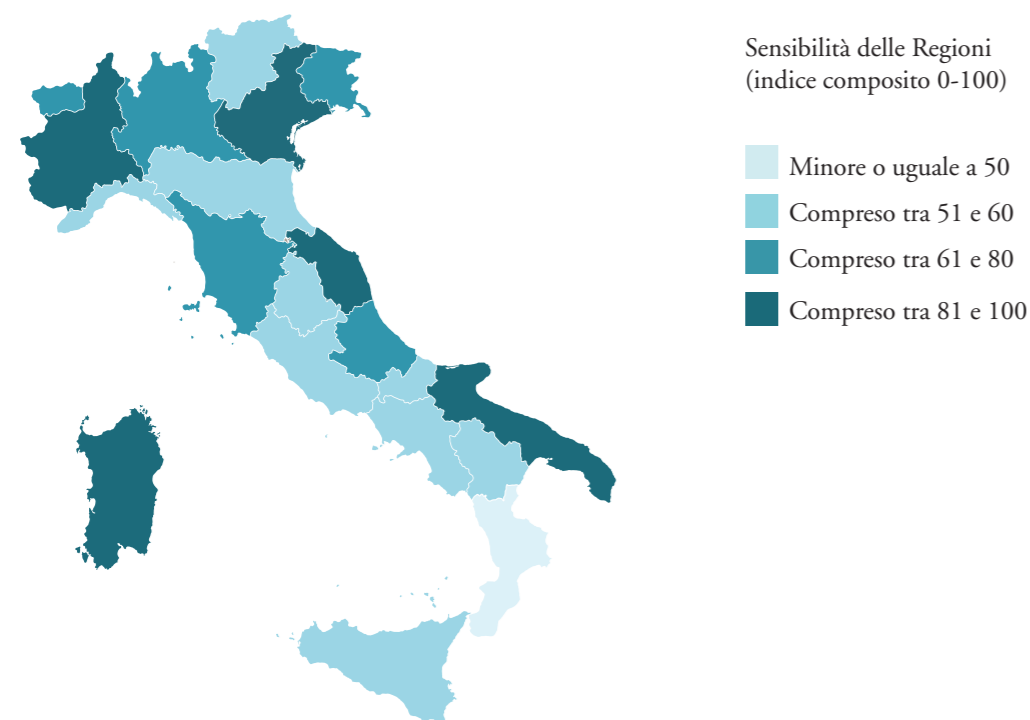


Credits: Ph _ Archivio Turismo FVG

In sintesi

L'immagine del turismo in libertà in Italia risulta ampiamente articolata a livello territoriale. La **Mappa a** riassume geograficamente i risultati forniti dai quattro principali indicatori analizzati, 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**. Il **Friuli Venezia Giulia** conferma l'andamento registrato negli anni precedenti, con un risultato complessivamente positivo (indicatore compreso tra 61 e 80) grazie soprattutto al livello qualitativo delle sue aree di sosta.

Mappa a. 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 sensibilità dei Comuni



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

Le strutture ricettive del turismo in libertà nel Friuli Venezia Giulia

Secondo i dati stimati dal noto mensile PleinAir, nel 2014 sono oltre 2.000 le aree di sosta presenti in Italia e localizzate in zone esterne ai campeggi. Il sistema turistico-ricettivo in libertà della Penisola è suddiviso in tre categorie: aree attrezzate (69,5% delle aree totali), *camper service* (17% delle aree totali) e punti di sosta non attrezzati (13,4% delle aree totali). Seguendo l'interessante inversione di tendenza registrata nel 2013, anche per lo scorso anno i Comuni gestiscono il 51% delle aree attrezzate mentre ai privati spetta il rimanente 49%

Non prendendo in considerazione le aree di sosta autostradali, di cui non si dispone di un'ubicazione regionale, il 45% delle aree complessive sul territorio nazionale si trova nel Nord Italia, mentre al Sud e al Centro si trovano rispettivamente il 28,7% e il 26,5% delle aree italiane totali.

Nel **Friuli Venezia Giulia**, nel 2014, si contano **60 aree di sosta** (dal semplice parcheggio all'area attrezzata completa di tutti i servizi), con una distribuzione che copre in modo abbastanza uniforme il territorio regionale e in grado di soddisfare l'offerta di qualità e specializzazione come richiesto dalla Regione e come emerso dalla ricerca dell'Osservatorio sul Turismo in Libertà elaborato da APC e Ciset.

Rispetto alla distribuzione geografica delle strutture ricettive, **Udine** detiene il primato assoluto di Provincia friulana più *camper friendly*, con 33 aree di sosta totali, delle quali quasi tutte attrezzate. Seguono nell'ordine le Province di Pordenone (17 aree totali), Gorizia (8 aree totali) e Trieste (2 aree totali).

Tra i punti di sosta e le aree attrezzate più ambite dai turisti italiani e stranieri ci sono quelli collocati nelle vicinanze delle terme e il Friuli Venezia Giulia offre, a tal riguardo, un'ampia offerta. A due passi dal mare, si trovano le Terme Marine di Grado, in provincia di Gorizia, con piscine d'acqua salata, acque termali e sabbie. Grado dispone di un'area attrezzata, mentre ai turisti in libertà che desiderano raggiungere le Terme di Arta, in provincia di Udine, la regione Friuli Venezia Giulia mette a disposizione un'area attrezzata proprio nella città di Arta Terme.



Tabella i. Strutture ricettive nel Friuli Venezia Giulia suddivise per Provincia e per tipologia

Regione Friuli Venezia Giulia	Aree Totali	Aree Attrezzate	Camper Service	Punti Sosta
Gorizia	8	7	-	1
Pordenone	17	16	-	1
Trieste	2	2	-	-
Udine	33	30	1	2
Totale	60	55	1	4

Elaborazione Federazione Campeggiatori del Friuli Venezia Giulia

Glossario

PUNTO SOSTA

Si tratta di uno spazio dove è consentita soltanto la sosta, è molto semplice e non offre servizi aggiuntivi. Queste aree devono essere ben visibili e adeguatamente illuminate.

CAMPER SERVICE

Area non adibita alla sosta prolungata, ma serve per rifornire i veicoli (carico, scarico delle acque, rifornimento idrico ed elettrico). Nell'area si trova 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 hanno a loro disposizione del personale o sono affiancati a stazioni di servizio.

AREA DI SOSTA ATTEZZATA

Spazio completo di ogni servizio. Si può sostare sia per brevi periodi o 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 e, più raramente, su fondo erboso.

Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà"

APC promuove diverse iniziative per incrementare il turismo in libertà, in particolare il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà", attivo sin dal 2001.

La proposta, nata per desiderio del Past President APC Luano Nicolai, è finalizzata a incoraggiare la realizzazione di aree di sosta pubbliche e private per caravan e camper da parte dei Comuni italiani.

Il Bando ha per obiettivo quello di contribuire all'espansione del turismo in libertà potenziando la ricettività del turismo itinerante in Italia, e per questo è sostenuto anche da ANCI-Associazione Nazionale Comuni Italiani, Federparchi- Europarc Italia, Federterme e FEE-Fondazione per l'Educazione Ambientale. Ai primi progetti presentati dai Comuni partecipanti a ciascuna delle quattro categorie in cui si articola il Bando viene assegnato un contributo di 20mila euro per finanziare l'opera.

Tra i parametri presi in considerazione viene valorizzato il rispetto per l'ambiente e la qualità dei servizi destinati agli utenti di veicoli ricreazionali. Da quando è stato attivato, il Bando ha permesso l'apertura in 16 Regioni diverse di oltre 35 nuove aree. Di queste, due strutture sono state realizzate nel Friuli Venezia Giulia, precisamente nei Comuni di Staranzano (GO) e Sacile (PN).

La promozione del turismo in libertà nel Friuli Venezia Giulia

La realtà del turismo in libertà è riuscita a crescere negli ultimi anni nella Regione Friuli Venezia Giulia grazie all'impegno di tante amministrazioni comunali e con la realizzazione di nuove aree di sosta (citiamo a titolo di esempio la città di Sacile, vincitrice del Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" edizione 2005-2006).

Gli appassionati del turismo in libertà hanno inoltre a disposizione la **Guida Aree Camper** realizzata da **Turismo FVG** e presentata ufficialmente al Salone del Camper di Parma il 19 settembre 2014. Completo di schede dettagliate suddivise per provincia e corredato di mappa, il volume è stampato anche in lingua tedesca e inglese. «Il progetto è nato tre anni fa con il censimento delle strutture presenti in Regione a cura dei volontari della nostra associazione» spiega Roberto Mongiat, presidente della Federazione Campegiatori del Friuli Venezia Giulia.

Inizialmente l'opera di verifica e raccolta dati sul campo era destinata all'apposita sezione attualmente consultabile sul sito www.turismofvg.it. «Ma abbiamo sentito l'esigenza di realizzare un supporto cartaceo, comodo da portare nel cruscotto del camper, per distribuirlo in occasione degli eventi fieristici e nei punti informativi della regione».

L'iniziativa è stata resa possibile anche grazie al contributo dell'ex assessore al turismo e alle attività produttive Federica Seganti, che ha supportato il censimento delle aree, e al suo successore Sergio Bolzonello, che ha dato ai camperisti friulani l'opportunità di partecipare al Salone e di sostenere le spese di stampa della guida.



Credits: Ph _Archivio Turismo FVG



Credits: Ph _Archivio Turismo FVG

Il quadro normativo italiano e regionale

In Italia, purtroppo, non esiste una strategia turistica generale condivisa dalle varie Regioni, essendo questa materia demandata alla competenza specifica di ciascuna amministrazione regionale. L'impossibilità per lo Stato di definire le linee guida a livello nazionale, è stata confermata anche dall'intervento della Corte Costituzionale che, con sentenza numero 80 del 2012, è intervenuta 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".

A livello regionale, inoltre, sono presenti molteplici disposizioni, che vanno a creare spesso un quadro normativo molto variegato e non sempre chiaro e, in certe Regioni, perfino inesistente in materia di turismo in libertà e di aree di sosta, con l'ovvia conseguenza di ostacolare in tal senso la diffusione della ricettività del turismo itinerante sia a livello nazionale che locale.

Il **Friuli Venezia Giulia** si è distinta in tal senso a livello nazionale, incentivando con **legge regionale 16 gennaio 2002, n°2 - Disciplina organica del turismo** -, la creazione di aree di sosta da parte di Comuni singoli o associati (art. 106), erogando contributi per una copertura massima del 50% ai Comuni, al fine di realizzare, rinnovare e ingrandire aree per la sosta autocaravan e caravan (art. 109). In data **22 ottobre 2003 è poi entrato in vigore il regolamento regionale recante i requisiti delle aree attrezzate per la sosta temporanea di autocaravan e caravan**, 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.



Credits: Ph. Archivio Turismo FVG

Il "cruscotto" degli indicatori

L'area di sosta camper rappresenta una struttura ricettiva alternativa e complementare all'ospitalità alberghiera tradizionale, in grado di richiamare flussi turistici altrimenti non indirizzati alla destinazione. La realizzazione di un'area di sosta sofferisce, quindi, a una carenza ricettività, specie nelle località lontane dai circuiti turistici di massa.

Per le località turistiche minori, l'area di sosta diviene un elemento di promozione e di valorizzazione della destinazione, mentre per le località a forte vocazione turistica e per le città di grandi dimensioni un'opportunità per differenziare l'offerta. In entrambi i casi si può parlare di investimenti vantaggiosi sia per i gestori delle aree che per i sistemi economici che le accolgono.

Come emerso dallo studio realizzato per conto di APC dalla società Vivitalia (**Tabella I**), l'investimento medio calcolato per la realizzazione di un'area di sosta con **15 piazzole** è pari a 159.900 euro, con 14.000 euro annui per la gestione e un ricavo medio annuo a regime pari a 31.200 euro. L'investimento medio calcolato per la realizzazione di un'area di sosta con **40 piazzole**, invece, risulta pari a 302.000 euro, con 22.500 euro annui per la gestione e un ricavo medio annuo a regime pari a 77.000 euro.

I costi per la realizzazione di un'area di sosta con 40 piazzole risultano ammortizzabili in **5 anni e mezzo**, contro i 9 anni per il B&B e i 23 anni per l'albergo, oltre a generare un giro di affari medio annuo di **circa 468mila euro**. Per strutture con 15 piazzole, invece, il ritorno dell'investimento si verifica in più di **9 anni**, potendo attrarre sul territorio una media di circa **175mila euro all'anno**.

L'impatto ambientale legato a simili strutture risulta, inoltre, minimo in tutte le sue fasi, rispetto a un impatto medio per il B&B e massimo per l'albergo.

Tabella I. Gli indicatori

	Area sosta camper		Albergo 3 stelle		B&B	
	15 piazzole	40 piazzole	25 camere	60 camere	12 strutture	30 strutture
Investimenti	159.900	302.000	3.300.000	7.200.000	1.140.000	2.850.000
Tempi di realizzazione	6 mesi	6 mesi	24-36 mesi	24-36 mesi	12 mesi	12 mesi
Ricavi (a regime)	31.200	77.000	321.000	770.000	180.000	432.000
- pernottamenti	21.800	58.000	225.000	540.000	180.000	432.000
- altri servizi	9.400	19.000	96.000	230.000	0	0
Costi di gestione	14.000	22.500	195.000	446.600	54.000	129.600
M.O.L. (autofinanziamento)	17.200	54.600	126.000	323.400	126.000	302.400
Tempo di rientro (anni)	9,3	5,5	26,2	22,26	9,0	9,4
Occupazione diretta	0	0	5	12	0	0
Impatti ambientali						
- costruzione	minimo	minimo	massimo	massimo	medio	medio
- gestione e manutenzione	minimo	minimo	massimo	massimo	minimo	minimo
- demolizione/riconversione	minimo	minimo	massimo	massimo	medio	medio

IL PROFILO DEL TURISTA IN AUTOCARAVAN IN ITALIA

Identikit dei camperisti

L'indagine del Ciset realizzata, in collaborazione con Doxa, per Fiere di Parma, traccia un profilo ben delineato del camperista italiano. Dalla ricerca emerge che ha un'età media di 39 anni e nel 50% dei casi è settentrionale. Viaggia in media 4 volte l'anno, soprattutto per brevi weekend (1-3 notti), in compagnia del partner, come affermato dal 64% degli intervistati. Il 44% dei camperisti, inoltre, considera il veicolo ricreazionale il mezzo ideale per portare in vacanza i propri animali domestici, mentre il 9% per garantire un viaggio confortevole anche alle persone disabili. Le destinazioni scelte dai camperisti sono quelle marittime (50%), il tour itinerante per visitare più luoghi (21%) e, infine, il soggiorno in montagna (14%).

L'Italia resta la meta preferita rispetto all'estero (73%). Per quanto riguarda i camperisti europei, invece, sono stati intervistati tedeschi, francesi e olandesi che scelgono l'Italia come destinazione per le vacanze. L'età media è di 49 anni: i tedeschi provengono principalmente dal Centro e dal Sud della Germania (60%), i francesi dal Nord della Francia (56%) e gli olandesi da diverse aree nazionali. Rispetto a francesi (4,2) e tedeschi (3,5), il camperista olandese fa, in media, 2 viaggi l'anno, dormendo una notte o più fuori casa sia per vacanze di almeno 4 notti che per brevi weekend (1-3 notti). Nei tre Paesi si viaggia soprattutto in compagnia del partner, mentre il 23% in media viaggia anche con i figli.

Il 21% dei tedeschi, poi, viaggia insieme a persone disabili, così come il 13% dei francesi e l'11% degli olandesi. Un'attenzione particolare è riservata agli animali domestici: più di un terzo porta con sé i propri amici a quattro zampe. Le mete preferite per gli olandesi sono le località di campagna/collina (26%), per i tedeschi le località lacustri (33%) e marittime (32%), mentre per i francesi il mare (58%). Che si tratti di campagna, di mare o di lago, per il 60% degli olandesi e oltre il 70% di tedeschi e francesi, è consuetudine visitare più luoghi, mentre i restanti scelgono di fermarsi in un'unica località.

La scelta di un'area di sosta

Nella scelta della modalità di sosta, i camperisti optano principalmente per il campeggio e per le aree attrezzate. Nel caso di viaggi nel proprio Paese di residenza, come fanno italiani e francesi, vengono preferite le aree di sosta esterne ai campeggi e agli agricampeggi (oltre il 50% delle preferenze nei due Paesi), mentre chi viaggia per lo più all'estero, come i tedeschi, decide di sostare in campeggi a pagamento (49,3%). Fanno eccezione gli olandesi che, pur appartenendo a quest'ultima categoria, scelgono aree attrezzate, a pagamento o gratuite (51%).

Andando nel dettaglio delle singole modalità, gli italiani che scelgono i campeggi a pagamento sono il 44,3% rispetto al totale, mentre i francesi e gli olandesi meno del 40%. Per quanto riguarda le aree attrezzate, vi sono dati differenti a seconda che la scelta ricada su aree a pagamento o gratuite. Le prime sono preferite dal 32,2% dei camperisti italiani, dal 13,3% dei tedeschi, dall'11,6% dei francesi e dal 45,7% degli olandesi. Sostano in agriturismi o agricamping il 3,5% degli italiani, il 2,9% degli olandesi, il 6,3% dei tedeschi e l'11,6% dei francesi. Per la scelta di un'area di sosta (**Grafico b**), i camperisti italiani e tedeschi seguono gli stessi criteri, e precisamente nell'ordine: pulizia e igiene, caratteristiche del luogo e posizione dell'area di sosta, percezione di sicurezza, tariffe (nel caso di aree a pagamento), attrattività della zona circostante.

Oltre alla pulizia e alla posizione dell'area di sosta, per i camperisti francesi sono molto importanti il silenzio, la tranquillità e l'attrattività dell'area circostante. Gli italiani apprezzano, inoltre, la professionalità degli operatori e la qualità dei servizi, mentre i tedeschi sono più attenti al comfort della struttura ricettiva. Meno esigenti, in apparenza, gli olandesi, che in proporzione tengono più in considerazione le caratteristiche dell'area di sosta (posizione, tranquillità e spazio disponibile) e l'attrattività del territorio. Sport e svaghi serali sono ritenuti meno importanti da tutti i camperisti intervistati, così come la facilità di accesso, la presenza di strutture per disabili e l'accoglienza per animali domestici.

Grafico b. Gli aspetti importanti nella scelta di aree di sosta/struttura ricettiva in libertà

Aspetti (voti da 1 a 10)	Italiano	Tedesco	Francese	Inglese
Pulizia e igiene	8,46	8,75	8,65	7,17
Luogo, posizione della sosta	7,97	8,37	8,23	7,46
Tariffe campeggi/aree a pagamento	7,94	8,16	8,12	7,00
Impressione di sicurezza	7,94	8,25	7,78	7,17
Attrattività zona vicina	7,84	8,13	8,20	7,63
Professionalità/accoglienza addetti	7,81	7,63	7,97	6,83
Tranquillità, silenzio	7,77	7,48	8,23	7,66
Qualità servizi e dotazioni	7,74	7,47	7,80	6,91
Spazio disponibile per la sosta	7,69	8,11	7,93	7,29
Facilità accesso con veicoli	7,50	7,41	8,03	7,06
Informazioni prima dell'arrivo	7,13	7,17	7,29	6,26
Possibilità di svago, anche la sera	6,78	6,31	6,26	6,11
Facilità accesso e attrezzature per disabili	6,41	5,35	5,83	5,63
Possibilità pratica sport	6,19	6,23	5,88	6,11
Accoglienza animali domestici	5,98	4,81	6,03	5,23

Elaborazione Ciset - DOXA per conto Fiera di Parma

Nota: **Area verde:** aspetti molto importanti (voti superiori a 8); **Area azzurra:** aspetti di media importanza (voti tra 7 e 8); **Area arancione:** aspetti di bassa importanza (voti inferiori a 7)



Credits: Ph_Archivio Turismo FVG



Area di sosta attrezzata requisiti fondamentali

La realizzazione di un'area di sosta attrezzata per camper richiede una progettazione specifica e un'attenzione particolare alla predisposizione e all'individuazione degli elementi portanti, che possono determinare la riuscita o l'insuccesso dell'opera. Le capacità di progetto e di valutazione consentono, infatti, attraverso l'identificazione delle criticità, di proporre le soluzioni migliori.

Per un imprenditore o per un'amministrazione pubblica che voglia intraprendere quest'attività è importante non sottovalutare aspetti necessari per evitare il rischio di iper-dimensionare l'area o al contrario di sotto-stimare gli interventi.

Lo scopo è quello di fornire in modo semplice e dettagliato gli elementi utili, identificando le fasi più sensibili, con spunti e riflessioni per non imbattersi nei frequenti ostacoli ed errori di percorso.

Prima di attivare il dialogo con il proprio Comune, Assessorato o Dipartimento, per ottenere le necessarie e preliminari informazioni, suggeriamo di predisporre una fattibilità tecnico-economica, che consenta di dimensionare concretamente l'idea prefissata, rendendo così il progetto apprezzabile da chi dovrà valutarlo, evidenziandone i molteplici benefici di cui potrà godere nell'immediato anche il Comune. In questa fase, non occorrono progettazioni onerose, ma un progetto di fattibilità, meglio se supportato da una planimetria con viste tridimensionali della futura area, risultato raggiungibile con una minima esposizione economica. Ovviamente il progetto dovrà essere accompagnato da una relazione tecnica che illustri gli aspetti normativi, geologici e le attrezzature che s'intendono realizzare e/o posizionare.

Di solito le aree sosta attrezzate per camper sono strutturate per soste brevi, soggiorni di 2 o 3 notti al massimo, e per questo occorre focalizzare l'obiettivo sulla soddisfazione dei requisiti di efficienza e di praticità.

I passaggi fondamentali consistono quindi nel:

- verificare la possibilità di **scaricare i reflui direttamente in fogna**
- realizzare un idoneo sistema **camper-service** (ossia l'impianto per lo scarico delle acque nere/grigie e il rifornimento dell'acqua potabile)
- predisporre **colonnine per l'erogazione di energia elettrica** da posizionare in modo strategico in funzione della distribuzione planimetrica e del numero degli stalli, cercando di evitare troppe prese per colonnina per non incorrere nel rischio di aggrovigliamento cavi e di caduta, causa inciampo da parte degli utenti in transito
- prestare particolare attenzione al **terreno dell'area**, se pianeggiante o su più livelli, se permeabile o impermeabile, ricordando che si dovrà predisporre un'area destinata al transito, ma soprattutto allo



stazionamento di veicoli.

Una volta creata la struttura di base dell'area, si può ragionare nel valutare alcuni accessori utili per elevare il target della stessa. Di seguito l'elenco di alcuni importanti accorgimenti e dispositivi da poter implementare nell'area sosta camper:

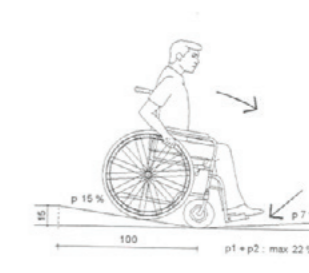
Illuminazione: l'area sosta camper sarà preferibilmente vissuta nelle ore serali, meglio studiare una soluzione che garantisca un'illuminazione diffusa senza "abbagliare" gli ospiti nelle ore notturne. E' importante l'individuazione luminosa delle zone di transito pedonali, mediante lampioncini o led a filo pavimento per gli attraversamenti pedonali. Ospitando veicoli di ampie dimensioni, che devono transitare e fare manovra, è necessario tutelare gli ospiti più piccoli, riservando transiti pedonali sicuri e ben evidenziati.

Rifiuti: sensibilizzare gli ospiti alla raccolta differenziata offrendo strumenti adeguati per tutelare la pulizia dell'area e identificando appositi dispositivi per lo smaltimento dei rifiuti.



Bagni e docce: in rapporto al numero degli stalli si potrà determinare quanti bagni e docce prevedere.

Disabilità: abolizione delle barriere architettoniche e collocazione di ogni dispositivo alla giusta altezza.



Servizi: la fantasia, le esigenze della clientela, gli spazi disponibili, potranno suggerire nel tempo come implementare l'area sosta camper con uno o più servizi, che potranno rendere più piacevole ed articolato il soggiorno dei clienti:

- lavanderia self-service;
- area pic-nic o barbecue;
- parco giochi bimbi;
- distributori automatici bibite, snack, ecc.

DIMENSIONAMENTO/INVESTIMENTO: La prudenza

E' fondamentale dimensionare al meglio l'investimento, evitando di realizzare opere con il desiderio di ospitare un gran numero di utenti, quando l'area, seppur ben localizzata, potrebbe nel suo picco ospitare non più di un certo numero di camper. Il segreto è provvedere alle predisposizioni già in fase di realizzazione (tracciati, cavedi, corrugati, pozzetti di derivazione, allacci idraulici, ecc.), in modo da implementare le attrezzature nel tempo, senza dover rifare tracciati e/o realizzare nuovi scavi, con relativi costi aggiuntivi.

SCelta DEI PRODOTTI: Spendere bene una volta sola

Farsi pilotare nelle scelte esclusivamente dal fattore prezzo può essere rischioso: poiché ogni sistema, apparecchiatura o componente che si andrà ad installare, sarà destinato ad un uso pubblico e dovrà resistere a vari tipi di sollecitazione il più a lungo possibile, è preferibile privilegiare prodotti studiati per resistere alle aggressioni da atti vandalici, evitare soluzioni che richiedano nel tempo adeguamenti, manutenzioni onerose e componentistica di bassa qualità. Quando si dovrà acquistare qualsiasi manufatto, bisogna verificarne anche l'interno, evitando elettroniche artigianali e componentistica con marchi sconosciuti. Un'area attrezzata ha necessità d'investimenti contenuti per quanto riguarda le attrezzature specifiche: il successo di un'area è dato dall'affidabilità e dall'efficienza del camper-service, ovvero dal sistema di scarico reflui dai camper. Ci si può ingegnare nella realizzazione degli aspetti architettonici, ma se poi si trascura il servizio, si incorre in gravissimi errori.

SISTEMI "FREE" o "PAY": La semplicità paga sempre

Il dilemma che l'investitore si pone nel realizzare un'area sosta attrezzata è quello di optare per una soluzione con presidio H24 o automatizzata. Non esiste una soluzione unica: la scelta va ragionata caso per caso e comunque sempre in funzione delle disponibilità economiche. Un'area sosta presidiata H24 richiede personale operativo su turni, mentre un'area automatizzata, richiede un investimento maggiore sull'elettronica: casse automatiche, cambia monete, sistemi con carte di credito e/o bancomat. La scelta di optare, almeno per i primi tempi, per un'area sosta presidiata, consente un alleggerimento economico degli investimenti iniziali. Ecco le diverse tipologie "pay":

- pagamento a forfait con sistemi free;
- gettoniera elettronica a monete;
- sistemi prepagati con tessere;
- casse automatiche e postazioni per operatore.

CONTROLLO ACCESSI (PARCHEGGI CUSTODITI): Quali costi

Oggi è di tendenza realizzare aree completamente automatizzate e altamente efficienti. Questo è possibile entro certi limiti, dotandosi di sistemi integrati che permettano in caso di black-out e/o anomalie, di consentire comunque la fruibilità almeno di un servizio primario, ossia, consentire ai veicoli di uscire dall'area. Per una maggiore efficienza occorre investire sulla qualità, sempre considerando, comunque, che la presenza di personale, dedicato alle manutenzioni base, alle pulizie dell'area, e/o a una qualsiasi emergenza anche durante la notte, è strettamente necessario.



VIDEOSORVEGLIANZA: Sostare in Sicurezza

La percezione di essere in sicurezza in un'area sosta camper è uno degli obiettivi fondamentali che è necessario perseguire per rendere l'esperienza di sosta piacevole. Oggi la tecnologia è in grado di supportare la sicurezza a diversi livelli tramite:

- Accesso controllato
- Videosorveglianza
- Sistema di sicurezza perimetrale
- APP mobile di servizio (con possibilità per gli utenti di segnalare eventuali situazioni anomale)

Posizionare telecamere all'ingresso dell'area per la lettura della targa può essere utile e consigliabile per identificare gli occupanti dell'area stessa e infondere un senso di sicurezza comune a tutti gli utenti. Per la sicurezza anche nelle aree interne, può essere utile installare telecamere fisse o brandeggiabili, controllabili da remoto, per avere inquadrature significative su tutte le zone dell'area e rilevare eventuali danni e/o atti vandalici causati da terzi.

POSIZIONAMENTO E LANCIO: Come farsi trovare

La regola del marketing del "tam-tam" è sempre valida, ma rischia di portare a regime l'attività in un periodo più o meno lungo. Oggi il segmento turistico da attrarre non è solo nazionale, ma anche europeo. Creare un sito Internet "fai da te" serve a poco: occorre strutturare un sito sul target internazionale per essere trovati. Chi percorre tanti chilometri non desidera avere sorprese e vuole sapere esattamente che cosa troverà, quanto spenderà, il livello dei servizi offerti, oltre ai collegamenti con i mezzi pubblici. Per raggiungere questo risultato, il consiglio è di avvalersi di strutture esperte nella comunicazione e/o nel marketing di settore.

Ad esempio un Comune, una volta realizzata l'area, potrebbe coinvolgere le aziende locali proponendo al camperista sconti particolari per i ristoranti locali, i musei, l'azienda vinicola, ecc., creando business per l'intera comunità. L'area camper è un vero e proprio fulcro capace di creare sinergie e nuove opportunità di lavoro.

L'imprenditore potrebbe realizzare una struttura coperta per ospitare a turno le aziende agroalimentari per presentare prodotti o artigiani che vogliono organizzare una piccola fiera per proporre le loro eccellenze.

COSA NON SI DEVE FARE: Attenti alle scorciatoie

Ecco che cosa NON si deve fare in fase progettuale e di realizzazione:

- avvalersi di prodotti artigianali esageratamente automatizzati: il rischio è di non avere garanzia per il post-vendita, sia per assistenza che per la gestione della manutenzione ordinaria e straordinaria;
- sottovalutare il camper-service, in particolare il sistema di scarico reflui da camper. Il successo di un'area è dovuto all'80% all'efficienza del sistema di scarico, bisogna quindi evitare il problema dei cattivi odori e della contaminazione.
- limitare il posizionamento di utenze idriche per non iperdimensionare il servizio; il camperista in queste aree ha bisogno del camper-service per il carico e lo scarico dell'acqua e dell'allaccio elettrico.

ENERGIA RINNOVABILE: Il sole ci aiuta

In alcuni casi valutare il posizionamento di sistemi per l'energia rinnovabile, per esempio identificando pensiline fotovoltaiche a servizio dei camper e lampioni fotovoltaici, potrebbe aiutare a ricevere l'approvazione da parte di un'amministrazione pubblica. Non avendo necessità di gestire grandi consumi e quindi dover installare potenze elettriche rilevanti, con un impegno economico contenuto si possono, così, realizzare delle strutture adeguate in legno integrate con pannelli fotovoltaici.

PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI (P.A.): Un vantaggio per la collettività

In termini di attenzione alla nostra modalità turistica, in questi ultimi anni si è registrata una maggiore considerazione da parte delle Pubbliche Amministrazioni, come testimoniano le numerose domande ricevute da **APC** per il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà". Oramai è assodato che la realizzazione di una o più aree sosta attrezzate in ambito comunale costituisce una fonte di reddito sia per la Pubblica Amministrazione stessa, che per la comunità: ristorazione tipica, eventi, fiere e sagre, itinerari turistici, sportivi e culturali, visite guidate e altro ancora.

PRIVATI: Percorso ad ostacoli

Purtroppo oggi l'imprenditore che intende investire energie e soldi in tali iniziative spesso trova ostacoli insormontabili. Frequentemente APC è contattata da privati che propongono progetti estremamente interessanti, che potrebbero dare un valore aggiunto al Comune, ma che vengono bocciati per problematiche spesso inesistenti. Prima di dire "no" a un privato, consigliamo alle strutture pubbliche, di interfacciarsi maggiormente con le società esperte del settore, che potranno aiutarle a fugare timori e leggende, grazie a soluzioni tecnologicamente evolute.

AGEVOLAZIONI FINANZIARIE (Comunali, Provinciali, Regionali, G.A.L./P.A.L.): Chi mi aiuta?

L'imprenditore che intende attivarsi mediante agevolazioni finanziarie può consultare le varie leggi regionali che prevedono la possibilità direttamente o indirettamente di incentivare lo start-up di tali iniziative: esistono contributi a fondo perduto, finanziamenti agevolati e crediti di imposta.

Solitamente a beneficiarne sono giovani, donne, cooperative, ma ci sono opportunità anche per le piccole e medie imprese.

Suggeriamo di informarsi presso i Gruppi di Azione Locali territoriali preposti a favorire lo sviluppo locale di un'area rurale, gestendo i contributi finanziari erogati dall'Unione Europea e dal Fondo Europeo Agricolo di Orientamento e di Garanzia.

Ovviamente non è possibile rappresentare in modo completo lo scenario, suggeriamo per questo di contattare gli Uffici Regionali di competenza e l'assessorato del settore specifico.

Key Points

1 Il turismo in libertà si afferma sempre più come la migliore alternativa per andare alla scoperta delle attrazioni del nostro Paese. Ogni anno, oltre alla comunità tricolore composta da più di 800.000 camperisti, sono circa 3 milioni gli italiani e 2,7 milioni gli stranieri a percorrere le strade italiane a bordo di autocaravan, caravan e tenda, flussi che corrispondono al 5,6% del movimento turistico domestico e al 5,4% del movimento turistico estero in Italia.

2 Secondo la ricerca del Ciset, i flussi turistici in autocaravan, caravan e tenda producono annualmente un fatturato di 2,6 miliardi di euro (1,5 miliardi dal turismo domestico e 1,1 miliardi dal turismo estero).

3 In Italia, il primo semestre del 2015 ha registrato nel mercato del nuovo delle autocaravan un +10,2% rispetto allo stesso periodo del 2014 e un +9,9% nel mercato dell'usato netto. Nello stesso periodo, il Friuli Venezia Giulia ha registrato una contrazione nel mercato delle autocaravan nuove (90 unità, -12,6% rispetto al primo semestre del 2014), mentre nel mercato dell'usato, con 411 trasferimenti netti di proprietà, il Friuli Venezia Giulia ha primeggiato nell'area del Nord-Est per il maggior incremento percentuale (+17,8% rispetto al primo semestre del 2014).

4 Secondo i dati dell'Ufficio Statistica Turismo FVG sul turismo in libertà, nel 2014 sono stati registrati 153.321 arrivi, dei quali circa il 32% da parte di italiani e il 68% di stranieri e 873.915 presenze delle quali il 33% di italiani e il 67% di stranieri.

5 Tra le Regioni italiane di provenienza in Friuli Venezia Giulia, sono i turisti in libertà del Veneto, con il 30,2%, a produrre in assoluto il maggior numero di arrivi, seguiti da quelli del Friuli Venezia Giulia (24,5%) e dai lombardi (21,0%). Tra i turisti stranieri, i primi nella classifica degli arrivi sono i tedeschi con il 34%, seguono gli austriaci con il 28,5% e gli olandesi con il 7,22%.

6 Nel 2014, il Friuli Venezia Giulia si è rivelata la Regione con la più elevata concentrazione di aree attrezzate di sosta (indicatore tra 91 e 100), confermando un risultato complessivamente positivo anche rispetto alla capacità di attrazione della domanda, al grado di specializzazione dell'offerta in libertà e al livello di sensibilità dei Comuni.

7 Nel Friuli Venezia Giulia, nel 2014, si contano 60 aree di sosta. Udine detiene il primato assoluto di Provincia friulana più *camper friendly*, con 33 aree di sosta totali, delle quali quasi tutte attrezzate. Seguono le Province di Pordenone (17 aree totali), Gorizia (8 aree totali) e Trieste (2 aree totali).

8 Tra i punti di sosta e le aree attrezzate più ambite dai turisti italiani e stranieri, ci sono quelli collocati nelle vicinanze delle terme. In Friuli Venezia Giulia, si trova un'area attrezzata a Grado, in provincia di Gorizia, nei pressi delle Terme di Grado e un'area attrezzata ad Arta Terme, nella provincia di Udine, nei pressi delle Terme di Arta.

9 Una delle iniziative più apprezzate per la promozione del turismo in libertà, è sicuramente la Guida Aree Camper, realizzata da Turismo FVG e presentata ufficialmente al Salone del Camper di Parma 2014. Completo di schede dettagliate suddivise per provincia e corredato di mappa, il volume è disponibile anche in tedesco e inglese.

10 Il Friuli Venezia Giulia si è distinta a livello nazionale in merito al riconoscimento normativo dell'ospitalità turistica. Con la legge regionale 16 gennaio 2002, n° 2 - Disciplina organica del turismo -, la Regione ha erogato contributi ai Comuni per la realizzazione, rinnovamento e ampliamento delle aree per la sosta autocaravan e caravan. Il 22 ottobre 2003 è poi entrato in vigore il regolamento regionale recante i requisiti delle aree attrezzate per la sosta temporanea di autocaravan e caravan, 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 aree.

Dati ed elaborazioni

CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia
Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia - Ufficio Turistico Statistica FVG

Comitato di redazione

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper
CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia
Klaus Davi & Co.

Coordinamento editoriale e progetto grafico

Klaus Davi & Co.

Impaginazione grafica

Uptoart

Finito di stampare Ottobre 2015

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

Centro Direzionale Campomaggio
Località Drove 16
53036 Poggibonsi (SI)
Tel. 0577.987013 - info@apcitalia.com

www.associazioneproduttoriCamper.it
www.sceglilcamper.it