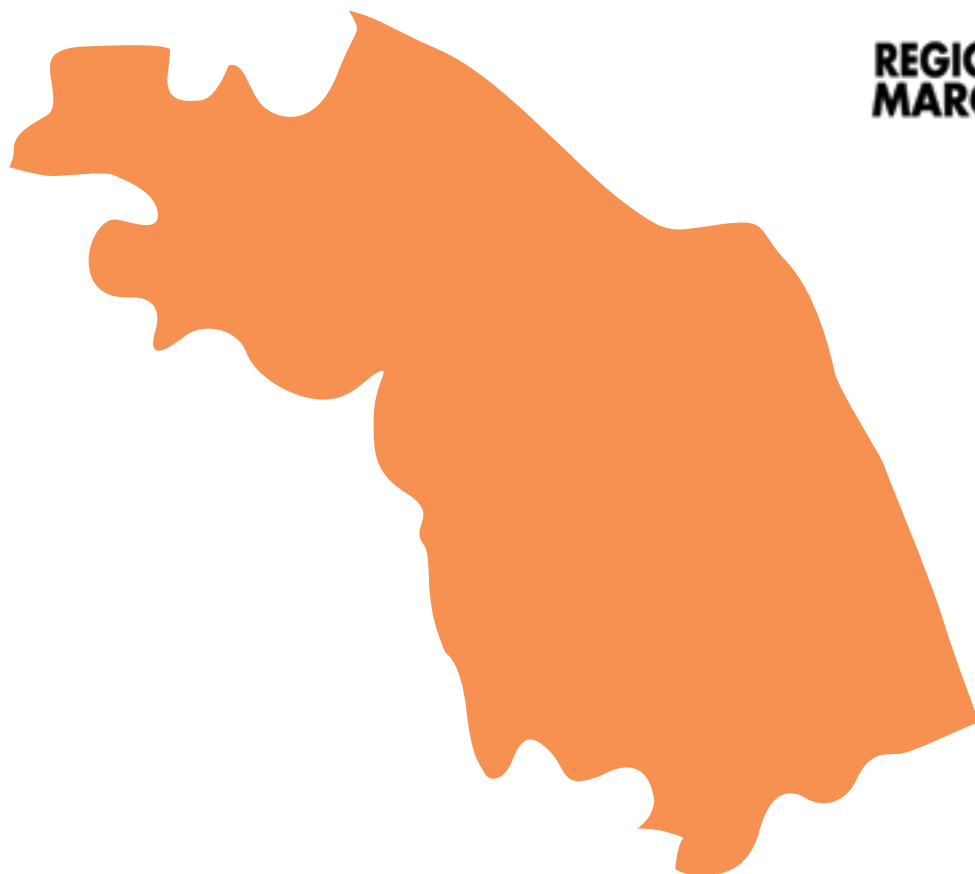




RAPPORTO REGIONALE - MARCHE  
SUL TURISMO IN LIBERTÀ  
IN CAMPER E IN CARAVAN 2014

con la collaborazione di





APC-ASSOCIAZIONE PRODUTTORI CARAVAN E CAMPER  
**RAPPORTO REGIONALE - MARCHE**  
**SUL TURISMO IN LIBERTÀ**  
**IN CAMPER E IN CARAVAN**  
**2014**



L'Associazione Produttori Caravan e Camper ha il piacere di presentare il **Rapporto regionale Marche sul turismo in libertà in camper e in caravan 2014**, lo strumento informativo per le istituzioni e per tutti gli operatori della filiera del plein air e del camperismo, frutto della strategica collaborazione con la Regione Marche.

Nonostante le criticità che il comparto produttivo italiano ha dovuto affrontare nel corso del 2013 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 *en plein air* nel nostro Paese, rappresentano il maggiore stimolo per continuare a investire nella promozione di questa modalità di viaggio.

A testimoniarlo sono anche i dati relativi ai flussi turistici *incoming* e all'accoglienza all'aria aperta nelle Marche, Regione che si erge a modello per il plein air italiano grazie alle forti politiche di promozione e d'incentivazione sostenute dalle amministrazioni locali.

La Regione Marche costituisce per il nostro turismo un vero e proprio modello da emulare, capace d'aver saputo diversificare e destagionalizzare l'offerta turistica con l'implementazione delle aree di sosta camper e garantire un'ospitalità multifunzionale e integrata con il territorio, in grado di apportare notevoli benefici al sistema economico regionale.

I risultati dell'**Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta nelle Regioni italiane**, realizzato in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, testimoniano il primato assoluto in Italia del sistema ricettivo all'aria aperta marchigiano, sia in termini di capacità di attrazione della domanda, che in termini di specializzazione dell'offerta *en plein air*, di qualità delle aree di sosta e di coinvolgimento delle amministrazioni comunali.

La Regione Marche, inoltre, riconosce da tempo la normativa che disciplina la realizzazione di aree di sosta attrezzate riservate esclusivamente alla sosta e al parcheggio di autocaravan e caravan. 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 l'Associazione si impegna da sempre.

APC coglie l'occasione per ringraziare il Presidente della Regione Marche, Gian Mario Spacca, per il prezioso sostegno da sempre 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 turismo all'aria aperta rappresenta per la Regione Marche un segmento particolarmente importante per qualità e numeri. La sua influenza sul comparto turistico complessivo è particolarmente significativa. È quindi con vero piacere che saluto la prima edizione del Rapporto regionale - Marche sul turismo in libertà in camper e caravan.

Pur in una fase di crisi generalizzata dei consumi, che si riflette negativamente sui movimenti turistici in Italia e in Europa, le Marche continuano a registrare segni più negli arrivi e nelle presenze. La nostra Regione è stata infatti eletta dai turisti terra di eccellenza e meta di vacanze qualificata e ricercata. Merito delle bellezze della nostra Regione che vanta una ricchezza paesaggistica unica, un fascino da assaporare fino in fondo, sfumature, colori e profumi da cogliere come un dono prezioso. In ogni periodo dell'anno le Marche riescono ad offrire il meglio di sé, grazie alla varietà dei panorami, alla straordinaria dotazione di beni culturali, alla variegata offerta di strutture ricettive, alle attività ricreative e sportive che è possibile praticare. Marche plurali non solo nel nome, dunque, non solo nella tipicità di ogni territorio di cui si compongono. Plurali anche nelle molteplici possibilità di goderne appieno le bellezze. Sempre. I lusinghieri risultati centrati dal turismo delle Marche premiano le attività messe in campo dalla Regione in questi anni, in Italia e all'estero. Nonostante la forte contrazione della spesa destinata alle vacanze, siamo riusciti ad intercettare le esigenze dei turisti, soprattutto internazionali, sempre più propensi a prenotare e organizzare le loro vacanze nelle Marche.

Non fa eccezione il turismo *en plein air* che è in forte crescita e continua a riscuotere favori tra gli italiani e gli stranieri. I turisti che scelgono questo tipo di vacanza sono sempre più caratterizzati dal desiderio di trascorrere momenti unici, lontani dalle regole della vita quotidiana e dai comportamenti definiti e ripetitivi. Le Marche, in questo senso, sono meta d'eccellenza. La nostra Regione è infatti un contenitore interattivo di storia, arte, cultura, tradizioni ed enogastronomia a "km zero". Un territorio dove le comunità locali, la qualità della vita, la slow life, i criteri di sostenibilità, conoscenza e benessere sono in grado di offrire soggiorni indimenticabili. Siamo la terza Regione in Italia per economia verde nella classifica di Fondazione Impresa, con incrementi significativi, tra gli altri, sul versante del turismo verde e del commercio bio. Fattori, questi, di forte attrattività per i turisti *en plein air*.

Da sottolineare la notevole dotazione, nella nostra Regione, di aree di sosta camper, di servizi per i camperisti e per tutti gli amanti del turismo all'aria aperta. La Regione Marche rappresenta in questo contesto una realtà virtuosa in Italia, anche dal punto di vista normativo. Al capo III della L.R. n. 9 del 2006 "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo" le Marche disciplinano infatti le aree di sosta attrezzate, prevedendone l'uso esclusivo per autocaravan e caravan, la realizzazione a cura di soggetti pubblici o di consorzi pubblico-privati a prevalente capitale pubblico, pro loco e la gestione a carico di enti pubblici o affidata a soggetti privati con apposite convenzioni. Con specifiche delibere attuative sono stati previsti contributi per la realizzazione o il miglioramento delle aree e stabiliti criteri per l'individuazione delle aree di sosta di eccellenza, che prevedono il possesso di requisiti di qualità.



**Gian Mario Spacca**

Presidente Regione Marche  
e Assessore al Turismo

---

Da un'analisi comparativa tra il grado di sensibilità dei Comuni, la capacità di attrazione della domanda, il grado di specializzazione dell'offerta *en plein air* e la qualità delle aree di sosta, emerge come le Marche registrino le migliori performance tra le Regioni italiane, per tutti gli indicatori presi in esame dall'Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta. Le aree di sosta attrezzate nella Regione Marche inserite nell'elenco delle strutture ricettive monitorate dall'Osservatorio Regionale del Turismo sono circa 90, delle quali ben 18 sono aree di eccellenza. Numerosi anche i punti sosta e *camper service* non censiti. Qualitativamente e quantitativamente di rilievo anche la dotazione di campeggi e villaggi turistici dotati di apposite piazzole.

La Regione Marche, nell'approvare il Programma annuale di promozione turistica, ha prestato particolare attenzione a questo settore, prevedendo tra l'altro la partecipazione al Salone del Camper di Parma, la più importante manifestazione italiana del caravanning e del turismo *en plein air*. Obiettivo della Regione è fornire agli amanti dei camper e delle caravan aree di sosta sempre più attrezzate, servizi ed informazioni ancora più qualificati e rappresentativi del territorio regionale, anche attraverso la rete, per una vacanza lieta e all'insegna della natura.

Il Rapporto regionale sul turismo in libertà racchiude tutto questo e rappresenta solamente l'inizio di una strada – senz'altro proficua - che vogliamo percorrere anche con l'Associazione Produttori Caravan e Camper.



### APC: storia, missione, valori

Il turismo *en plein air* si contraddistingue per l'esperienza di viaggio unica, in grado di attrarre un numero sempre maggiore di appassionati che, in viaggio su autocaravan, caravan e tenda, sono desiderosi di abbandonare le tradizionali formule turistiche stanziali e le destinazioni di massa per entrare a stretto contatto con la natura e la cultura dei luoghi.

Il comparto produttivo e turistico *en plein air* si conferma per il nostro Paese di assoluta rilevanza: oltre a una comunità di 800mila camperisti si contano, infatti, ogni anno più di 3 milioni di italiani e 2,6 milioni di esteri in viaggio alla scoperta delle bellezze della nostra piccola grande Italia.

Come emerso dalla ricerca del Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, questi flussi corrispondono al 5% del movimento turistico domestico e al 6% del movimento estero in Italia e producono annualmente una spesa complessiva di 2,6 miliardi di euro. Questi dati non solo confermano la crescente attrattività del turismo itinerante, ma lo rendono, pertanto, un possibile volano per l'economia dei sistemi locali.

**APC-Associazione Produttori Caravan e Camper** opera dal 1977 per rappresentare, in Italia e in Europa, la filiera produttiva dei comparti autocaravan e caravan e promuovere nel nostro Paese la cultura del *camper style*, del turismo itinerante e della ricettività *en plein air*.

L'industria del caravanning ha il proprio cuore produttivo nel distretto della Valdelsa, tra le province di Firenze e Siena, con uno stabilimento decentrato in Abruzzo (Atessa). 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 *en plein air*.

A febbraio 2014 Jan de Haas ha assunto l'incarico di Presidente APC. Francesca Tonini, già Direttore Generale APC da gennaio 2013, è stata nominata Segretario Generale mentre Gianni Brogini è stato eletto Direttore Marketing.

Sono 1.500 i dipendenti diretti impiegati nelle imprese associate ad APC, ai quali si aggiungono i 4.000 dipendenti della filiera *plein air*, che nel 2013 hanno prodotto oltre 8.000 autocaravan, generando un fatturato totale di circa 500 milioni di euro.

Gli Associati APC si suddividono in tre gruppi, di seguito riepilogati.

#### **Costruttori italiani di autocaravan:**

Arca Camper, Autocaravans Rimor, PLA-Giottiline, Laika Caravans, Sea – Società Europea Autocaravan (marchi: Elnagh, Mobilvetta, McLouis), Trigano (marchi: Caravans International, Roller Team), Turri & Boari Wingamm.

#### **Costruttori esteri di autocaravan e caravan:**

Adria Mobil, Benimar-Ocarsa, Burstner, Carthago Reisemobilbau, Concorde Reisemobile, Dethleffs, Eura Mobil, Fendt Caravan, Fleurette, Frankia, Hobby-Wohnwagenwerk, Hymer, Itineo, Knaus Tabbert, Pilote, Rapido, Trigano VDL.

#### **Componentisti:**

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

Per maggiori informazioni:

[www.associazioneproduttoriamp.it](http://www.associazioneproduttoriamp.it)



## Il Salone del Camper

Continua la collaborazione tra APC e Fiere di Parma, promotrici del Salone del Camper, la fiera di riferimento in Italia e seconda in Europa dedicata al mondo del caravanning e del turismo *en plein air*. Punto d'incontro per eccellenza fra domanda e offerta grazie alla crescente partecipazione di aziende produttrici, addetti ai lavori e amanti del turismo all'aria aperta, la rassegna si prepara alla quinta edizione, in programma presso **Fiere di Parma dal 13 al 21 settembre 2014**.

Sono stati più di 127.000 i visitatori che, facendo registrare un incremento del 6% rispetto all'anno precedente, hanno partecipato all'evento, attratti dal sempre più elevato livello qualitativo dei prodotti e dalla ricca offerta di servizi. I 600 veicoli esposti, presentati da 300 aziende di tutto il mondo, hanno suscitato forte interesse negli appassionati e curiosi, come testimoniato dal considerevole aumento delle vendite (+15% vs 2012) e dalle intenzioni d'acquisto registrate nel corso della manifestazione.

Tra le iniziative promosse da APC e Fiere di Parma per diffondere la cultura del *plein air*, da segnalare il voucher **"Rental Pack 99 euro"**, nato in collaborazione con Assocamp-Associazione Nazionale Operatori Veicoli Ricreazionali e Articoli per il Campeggio, che consente di noleggiare a un prezzo promozionale un veicolo per la durata di un weekend e vivere un'esperienza di viaggio all'aria aperta. Ben 3.793 sono stati i coupon venduti (+57% vs 2012), a dimostrazione di come cresca, soprattutto tra i nuovi potenziali utenti, il desiderio di dedicarsi a questa affascinante modalità turistica.

Al fine di consolidare il dialogo diretto tra i produttori dei veicoli ricreazionali e i camperisti, inoltre, APC ha organizzato un ciclo d'incontri tenuti da aziende del Gruppo Componentisti dell'Associazione. All'interno dello spazio **"Agorà della Tecnica"**, tecnici ed esperti del mondo del caravanning e del turismo *en plein air* hanno fornito ai visitatori consigli e informazioni con l'obiettivo di migliorare la qualità del viaggio all'aria aperta, all'insegna della sicurezza e della sostenibilità. L'**Agorà Istituzionale** è stata, invece, il luogo di confronto tra il pubblico, le istituzioni e gli operatori del settore.

Molto apprezzata dai visitatori anche l'offerta degli spazi allestiti, come l'Area Family and Fun, pensata per i giovani e le famiglie, e l'Area Amici a Quattro Zampe, progettata per gli animali domestici. Nell'**Area Percorsi e Mete** i visitatori hanno potuto ricevere indicazioni per viaggiare alla scoperta delle ricchezze paesaggistiche ed enogastronomiche dei territori europei, mentre nell'Area Sport e Natura, novità 2013, sono state organizzate iniziative per l'attività fisica all'aria aperta.

La **Regione Marche** ha partecipato e parteciperà, anche nella prossima edizione, alla manifestazione fieristica per incontrare il pubblico degli appassionati e promuovere i servizi regionali più rappresentativi.



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

Nel 2013 la permanente congiuntura economica recessiva non ha permesso all'industria italiana del caravanning di invertire il trend produttivo degli ultimi anni, a causa della riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, della difficoltà di accesso al credito al consumo e del clima d'incertezza economica.

In Italia, infatti, le imprese hanno registrato nel 2013 un decremento delle immatricolazioni dei veicoli ricreazionali rispetto al 2012. Per quanto riguarda le autocaravan, le immatricolazioni passano dal -32,6% del 2012 al -19,9% del 2013, corrispondente a un volume di 3.791 veicoli. Nello specifico, è da sottolineare come il segmento delle autocaravan abbia comunque manifestato una migliore tenuta rispetto a quello delle caravan, la cui quota è pari a 991 mezzi immatricolati nel 2013 contro i 1.425 mezzi immatricolati nel 2012.

Il calo attestato nel mercato del nuovo, sebbene più contenuto rispetto a quello del 2012, ha spinto le aziende a investire ulteriormente nell'**export**; le esportazioni sono, infatti, passate dal 62,3% nel 2011 al 77% nel 2013, a testimonianza dell'indiscussa qualità dei prodotti *Made in Italy*, particolarmente apprezzati all'estero per il design innovativo e le avanzate dotazioni tecnologiche.

Ulteriore dato significativo è rappresentato dal **crescente trend dell'usato**, che dimostra come la passione per il turismo itinerante continui a diffondersi attraverso modalità alternative di utilizzo del veicolo. Nel 2013, infatti, si verifica la considerevole crescita del 54% dei trasferimenti netti di proprietà di autocaravan rispetto al 2012, giunti a quota 29.142 veicoli. Analizzando in maniera congiunta il mercato del nuovo e quello dell'usato delle autocaravan, il volume complessivo si attesta intorno ai circa 33mila veicoli, registrando un incremento del 39% rispetto al 2012.

Si consolida, inoltre, la quota delle autocaravan nuove con destinazione **noleggio**, superando il 16% del volume immatricolativo. Si può pertanto dedurre che il noleggio continui a rimanere una valida alternativa per vivere l'esperienza di viaggio all'aria aperta, anche grazie alle promozioni di successo, come il "Rental Pack".

Secondo i dati ACI, a fine 2013 nel nostro Paese circolavano **209.012 autocaravan** e **60.046 caravan**. Il 61,5% delle autocaravan circolanti (128.542 mezzi) risulta immatricolato da più di 10 anni, mentre il 28,6% (59.777 mezzi) ha più di 20 anni di anzianità. Il parco circolante delle autocaravan **Euro 0** ed **Euro 1** in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 1999, è pari a ben 78.368 unità. Sorge, pertanto, la necessità di interpretare questi dati anche in considerazione delle problematiche connesse alle alte emissioni inquinanti prodotte da questi veicoli, che non sono in grado di garantire un adeguato livello di efficienza nei consumi e di sicurezza, non essendo essi dotati dei dispositivi più avanzati.

In **Europa**, il comparto dei veicoli ricreazionali riesce in parte ad arginare l'influenza della congiuntura economica recessiva, con una contrazione delle immatricolazioni nel 2013 minore rispetto a quella registrata in Italia. Il segmento delle autocaravan si attesta nel 2013 sulle 71.316 immatricolazioni, contro le 73.263 del 2012 (-2,6%), mentre quello delle caravan sulle 67.628 immatricolazioni nel 2013, contro le 73.174 del 2012 (-7,5%). In questo contesto, l'**Italia** si attesta come il **quarto Paese d'Europa** per immatricolazioni di autocaravan con 3.791 veicoli.

### Le immatricolazioni di autocaravan e caravan nelle Marche

Le Marche sono risultate nel 2013 la **terza Regione del Centro Italia** sia per il volume delle autocaravan nuove e usate, pari a 958 veicoli (2,9% del totale nazionale), che per quello delle caravan nuove e usate, pari a 289 veicoli (3,2% del totale nazionale), come riportato nella **Tabella a**.

Per quanto riguarda il mercato regionale del nuovo, nel 2013, rispetto all'anno precedente, si registra la flessione dell'11,5% delle immatricolazioni di autocaravan (84 veicoli). Nello specifico (**Tabella b**), è **Ancona** la Provincia con il maggior numero di immatricolazioni di autocaravan (37 mezzi), mentre per l'immatricolato delle caravan è la Provincia di **Pesaro-Urbino** a detenere il primato (10 mezzi).

segue ■

Analogamente al trend nazionale, la contrazione del nuovo a livello regionale viene bilanciata dalla considerevole crescita dei **trasferimenti netti di proprietà** delle autocaravan (+70% rispetto al 2012), che passano dai 514 mezzi nel 2012 agli 874 mezzi nel 2013. Il volume usato/nuovo autocaravan, dunque, raddoppia nel 2013 rispetto all'anno precedente: ogni 10 nuove autocaravan registrate nella Regione se ne contano 104 usate.

**Tabella a. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni e trasferimenti netti di proprietà nelle Marche nel 2013**

	Autocaravan							Caravan						
	Nuovi	%	Usati	%	Totale	%	Rapporto Usato/Nuovo	Nuovi	%	Usati	%	Totale	%	Rapporto Usato/Nuovo
Marche	84	2,2	874	3,0	958	2,9	10,4	19	1,9	270	3,3	289	3,2	14,2
<b>Totale</b>	<b>3.791</b>	<b>100,0</b>	<b>29.142</b>	<b>100,0</b>	<b>32.933</b>	<b>100,0</b>	<b>7,7</b>	<b>991</b>	<b>100,0</b>	<b>8.148</b>	<b>100,0</b>	<b>9.139</b>	<b>100,0</b>	<b>8,2</b>

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

**Tabella b. Veicoli ricreazionali - Nuove immatricolazioni nelle Marche nel 2013 per Provincia**

Province	Autocaravan	Caravan
Ancona	37	5
Macerata	24	3
Pesaro-Urbino	14	10
Fermo	6	0
Ascoli Piceno	3	1
<b>Totale</b>	<b>84</b>	<b>19</b>

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

Il **Centro Italia** contribuisce con il 23,5% al mercato nazionale nuovo e usato delle autocaravan e con il 25,3% a quello delle caravan, con un volume usato/nuovo per le autocaravan (pari a 9,6) superiore a quello registrato al Nord (pari a 6,5). Nella macro-area centrale del Paese il volume delle autocaravan nuove (19,2% del totale nazionale) subisce una flessione, passando dai 939 veicoli immatricolati nel 2012 ai 726 veicoli immatricolati nel 2013. Rispetto ai trasferimenti netti di proprietà, pari al 24% del totale nazionale, emerge, invece, un incremento: sono 6.992 le autocaravan usate del 2013 contro le 4.351 autocaravan usate del 2012.

Nel 2013, come nel 2012, nel **Nord Italia** continuano a concentrarsi il 72,5% delle immatricolazioni totali di autocaravan e il 67,2% di quelle di caravan. Sono, infatti, ben 20.737 le autocaravan e 5.533 le caravan oggetto di immatricolazione e di trasferimento di proprietà nell'Italia settentrionale, pari rispettivamente al 63% e a oltre il 60% del totale nazionale.

Al Sud e nelle Isole, infine, rimangono fondamentalmente invariati per il 2013 i dati riscontrati nel 2012, con il volume del nuovo rispetto al totale nazionale pari all'8,4% per le autocaravan e al 12,6% per le caravan, mentre il volume dell'usato risulta essere pari al 14,5% per le autocaravan e al 14,3% per le caravan.

## I flussi turistici *en plein air* in Italia

Il turismo *en plein air* contribuisce in modo significativo all'afflusso di turisti esteri nel nostro Paese. Secondo i dati dell'Osservatorio della Banca d'Italia, infatti, nel 2012<sup>1</sup> sono stati 2,6 milioni i viaggiatori esteri che hanno scelto di visitare la nostra penisola in autocaravan, caravan o tenda, pari al 6% del movimento turistico estero totale. Questo movimento ha generato un indotto pari a 1,1 miliardi di euro annui (4% della spesa complessiva estera in Italia) e circa 23 milioni di notti trascorse nell'anno presso campeggi, punti di sosta e aree attrezzate.

La scelta delle destinazioni da parte dei turisti esteri all'aria aperta in Italia cambia in funzione della rispettiva provenienza, come riportato nella **Tabella c.** Prendendo, ad esempio, in considerazione solo i principali flussi esteri *en plein air incoming*, è possibile notare come le Marche siano la decima meta preferita italiana dagli austriaci (1,2% degli austriaci *en plein air* in Italia). Mentre i francesi non annoverano il territorio marchigiano nella propria *top ten*, gli olandesi collocano, invece, le Marche al sesto posto (5,5% degli olandesi *en plein air* in Italia) della loro personale classifica, contro il nono posto per i tedeschi (2,2% dei tedeschi *en plein air* in Italia).

**Tabella c. Principali Regioni italiane di destinazione dei turisti *en plein air incoming* per Paese di origine (distribuzione % flussi)**

Austriaci		Francesi		Olandesi		Tedeschi	
Veneto	50,1%	Lombardia	20,2%	Veneto	33,5%	Veneto	48,9%
Friuli V.G.	19,8%	Liguria	16,7%	Lombardia	14,2%	Trentino A.A.	12,3%
Lombardia	6,7%	Piemonte	11,9%	Toscana	9,7%	Lombardia	11,4%
Trentino A.A.	6,1%	Veneto	11,2%	Trentino A.A.	8,9%	Emilia R.	5,2%
Emilia R.	3,5%	Toscana	10,9%	Valle d'Aosta	6,6%	Friuli V.G.	4,2%
Toscana	3,2%	Valle d'Aosta	4,7%	Liguria	5,8%	Liguria	3,7%
Liguria	3,0%	Umbria	4,1%	Marche	5,5%	Toscana	3,5%
Puglia	2,2%	Friuli V.G.	4,0%	Lazio	4,4%	Puglia	2,4%
Sardegna	2,0%	Emilia R.	4,0%	Emilia R.	3,8%	Marche	2,2%
Marche	1,2%	Lazio	3,4%	Piemonte	3,7%	Sardegna	1,5%
Altre Regioni	2,2%	Altre Regioni	8,9%	Altre Regioni	3,9%	Altre Regioni	4,7%

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Per quanto riguarda, invece, il movimento *en plein air* domestico, secondo le stime del Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, elaborate sui dati ISTAT, nel 2012<sup>1</sup> 3,1 milioni di turisti italiani all'aria aperta hanno scelto di scoprire la nostra piccola grande Italia. Questo importante flusso, rimasto invariato rispetto all'anno precedente, corrisponde al 5% dell'intero turismo domestico e ha permesso di generare nel 2012, per circa 31 milioni di notti, una spesa annua superiore a 1,5 miliardi di euro.

<sup>1</sup> I dati più recenti, disponibili ad oggi presso l'Osservatorio della Banca d'Italia, sono relativi al 2012.

## Le origini e le destinazioni del turismo in autocaravan nelle Marche

Passando a esaminare i dati dell'Osservatorio Regionale del Turismo della Regione Marche (**Tabella d**), nel 2013 nelle aree di sosta regionali sono stati registrati circa **57 mila arrivi<sup>2</sup> complessivi**, di cui l'**88%** di camperisti italiani e il **12%** di camperisti esteri, con oltre **182 mila presenze<sup>3</sup>**, realizzate per il 90% sul totale dagli italiani.

Mete preferite indiscusse nel 2013, per i camperisti italiani ed esteri che hanno scelto di visitare le Marche, la **Provincia di Ancona**, le cui aree di sosta hanno attratto ben 19.951 arrivi complessivi (oltre il 35% del totale regionale annuo) e 47.800 presenze (più del 26% del totale regionale annuo), e la Provincia di **Pesaro-Urbino**, che ha registrato 16.008 arrivi (28% del totale regionale annuo) e 50.355 presenze (più del 27% del totale regionale annuo).

Tabella d. Movimento turistico registrato nelle aree di sosta camper delle Marche nel 2013

Province	Italiani		Esteri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
<b>Ancona</b>	15.626	37.575	4.325	10.225	19.951	47.800
<b>Ascoli Piceno</b>	5.499	25.777	146	626	5.645	26.403
<b>Fermo</b>	4.451	20.845	239	1.472	4.690	22.317
<b>Macerata</b>	9.363	31.929	1.113	3.628	10.476	35.557
<b>Pesaro-Urbino</b>	14.833	48.075	1.175	2.280	16.008	50.355
<b>Totale</b>	<b>49.772</b>	<b>164.201</b>	<b>6.998</b>	<b>18.231</b>	<b>56.770</b>	<b>182.432</b>

Elaborazioni Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT)

Analizzando nello specifico i flussi generati nel 2013 dai soli camperisti italiani nelle Marche, pari a **50mila arrivi regionali**, è possibile osservare dalla **Tabella e** come spetti alla **Provincia di Ancona** il primato degli arrivi registrati, con il 31% del totale domestico regionale annuo, mentre sono le strutture ricettive della **Provincia di Pesaro-Urbino** ad attrarre il maggior numero di presenze, superiori alle 48mila, pari a oltre il 29% del totale domestico regionale annuo (164.201 presenze).



<sup>2</sup>Con il termine "arrivi" viene indicato il numero di turisti ospitati nelle strutture ricettive.

<sup>3</sup>Con il termine "presenze" viene indicato il numero delle notti trascorse dai turisti nelle strutture ricettive.

## I FLUSSI TURISTICI EN PLEIN AIR IN ITALIA E NELLE MARCHE

Per quanto riguarda le Regioni italiane di provenienza, sono gli stessi camperisti marchigiani a produrre in assoluto nel 2013 il maggior numero degli arrivi (9.099, corrispondenti al 18% del totale domestico regionale annuo) nelle aree di sosta in tutte le province delle Marche, seguiti dai camperisti della Lombardia (7.611 arrivi, pari al 15% del totale domestico regionale annuo) e dell'Emilia Romagna (7.299 arrivi, pari al 14,5% del totale domestico regionale annuo).

Tabella e. Movimento turistico domestico, per Regione di provenienza, registrato nelle aree di sosta camper delle Marche, per Provincia, nel 2013

Regioni di Provenienza	Provincia di Ancona		Provincia di Ascoli Piceno		Provincia di Fermo		Provincia di Macerata		Provincia di Pesaro-Urbino		Totale Complessivo	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
<b>Abruzzo</b>	326	582	23	64	13	73	171	517	420	1.448	953	2.684
<b>Basilicata</b>	52	60	0	0	0	0	12	56	32	104	96	220
<b>Calabria</b>	133	253	0	0	0	0	24	77	8	20	165	350
<b>Campania</b>	266	687	520	2.475	5	17	107	321	530	1.729	1.428	5.229
<b>Emilia R.</b>	2.039	4.640	797	3.654	479	2.630	1.099	2.710	2.885	9.899	7.299	23.533
<b>Friuli V.G.</b>	324	361	13	81	156	764	93	7.439	72	114	658	8.759
<b>Lazio</b>	1.140	1.974	473	2.578	195	729	733	3.175	790	2.997	3.331	11.453
<b>Liguria</b>	452	2.662	33	457	7	26	83	290	615	3.021	1.190	6.456
<b>Lombardia</b>	2.939	6.130	744	3.429	968	5.048	1.174	2.897	1.786	6.765	7.611	24.269
<b>Marche</b>	1.144	2.113	640	2.683	149	701	2.945	6.549	4.221	10.269	9.099	22.315
<b>Molise</b>	319	3.198	13	69	4	12	58	198	22	33	416	3.510
<b>Piemonte</b>	1.536	3.355	398	1.975	787	3.632	615	1.635	398	1.340	3.734	11.937
<b>Puglia</b>	661	1.874	1.007	4.100	145	702	158	872	327	1.575	2.298	9.123
<b>Sardegna</b>	310	1.121	0	0	0	0	0	0	6	22	316	1.143
<b>Sicilia</b>	194	300	5	30	0	0	52	183	30	88	281	601
<b>Toscana</b>	876	1.718	721	3.368	569	2.801	593	1.312	710	2.600	3.469	11.799
<b>Trentino A.A.</b>	655	2.394	19	111	357	1.270	113	331	132	351	1.276	4.457
<b>Umbria</b>	386	633	25	137	32	73	813	2.281	1.012	2.503	2.268	5.627
<b>Valle d'Aosta</b>	68	252	3	3	224	896	8	32	294	1.451	597	2.634
<b>Veneto</b>	1.806	3.268	65	563	361	1.471	512	1.054	543	1.746	3.287	8.102
<b>Totale</b>	<b>15.626</b>	<b>37.575</b>	<b>5.499</b>	<b>25.777</b>	<b>4.451</b>	<b>20.845</b>	<b>9.363</b>	<b>31.929</b>	<b>14.833</b>	<b>48.075</b>	<b>49.772</b>	<b>164.201</b>

Elaborazioni Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT)

Valori maggiori per ciascuna Provincia

Anche considerando il livello di permanenza, il maggior numero di presenze viene rilevato nelle stesse tre Regioni: sono, infatti, i lombardi con 24.269 presenze (15% del totale domestico regionale annuo) a sostare di più nelle strutture ricettive marchigiane in autocaravan, seguiti con 23.533 presenze (14% del totale domestico regionale annuo) dai camperisti dell'Emilia Romagna e con 22.315 presenze (13,5% del totale domestico regionale annuo) dai camperisti delle Marche.

segue

Oltre a queste Regioni, interessanti valori sono riscontrabili nella Provincia di Ascoli Piceno, che risulta in assoluto la più apprezzata dai camperisti pugliesi, con 1.007 arrivi e 4.100 presenze nel 2013, mentre nella Provincia di Macerata sono i camperisti del Friuli Venezia Giulia a generare il maggior numero di presenze, pari a 7.439. Il minor afflusso di camperisti nel territorio marchigiano, sia in termini di arrivi che di presenze, si registra nel 2013 dalla Basilicata e dalla Calabria.

Osservando nello specifico le preferenze dei **camperisti esteri** che scelgono le Marche come meta della propria vacanza all'aria aperta, è la Provincia di Ancona a essere maggiormente visitata con 4.325 arrivi (62% del totale estero regionale annuo) e 10.225 presenze (56% del totale estero regionale annuo), come indicato nella **Tabella d**. Dall'analisi degli arrivi esteri in autocaravan nelle Marche nel 2013, emergono numerosi Paesi europei tra i principali territori di provenienza: la Germania, con 1.935 arrivi, la Francia, con 754 arrivi, e i Paesi Bassi, con 721 arrivi (**Tabella f**).

**Tabella f. I principali Paesi di provenienza degli arrivi esteri registrati nelle aree di sosta camper delle Marche, per Provincia, nel 2013**

Paesi di Provenienza	Totale Complessivo	Provincia di Ancona	Provincia di Ascoli Piceno	Provincia di Fermo	Provincia di Macerata	Provincia di Pesaro-Urbino
Germania	1.935	1.129	31	123	234	418
Francia	754	510	11	35	50	148
Paesi Bassi	721	372	18	1	163	167
Austria	652	440	14	9	98	91
Svizzera (incluso Liechtenstein)	480	253	25	8	110	84
Belgio	377	231	19	4	65	58
Regno Unito	343	259	13	9	7	55
Altri Paesi Europei	330	260	0	0	19	51
Croazia	221	107	0	0	98	16
Ungheria	178	73	0	0	84	21
Finlandia	162	59	15	50	38	0
Polonia	149	58	0	0	83	8
Bulgaria	110	106	0	0	4	0

Elaborazioni Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT)



segue

Analogo trend si registra nello stesso anno per le permanenze estere in autocaravan nelle strutture ricettive marchigiane (**Tabella g**), con la conferma di Germania (4.069 presenze) e Francia (2.250 presenze) quali principali Paesi di provenienza. Al terzo posto, invece, emerge l'Austria, che con 1.777 presenze supera di poco i Paesi Bassi. Fa eccezione la Provincia di Ascoli Piceno, dove la quota maggiore di presenze è attribuibile ai camperisti svizzeri (202 presenze). Infine, da sottolineare l'interesse dei camperisti finlandesi per la Provincia di Fermo, con 400 presenze nel 2013.

**Tabella g. I principali Paesi di provenienza delle presenze estere registrate nelle aree di sosta camper delle Marche, per Provincia, nel 2013**

Paesi di Provenienza	Totale Complessivo	Provincia di Ancona	Provincia di Ascoli Piceno	Provincia di Fermo	Provincia di Macerata	Provincia di Pesaro-Urbino
Germania	4.069	1.656	99	696	827	791
Francia	2.250	1.607	41	219	138	245
Austria	1.777	1.162	75	42	344	154
Paesi Bassi	1.774	814	54	1	541	364
Svizzera (incluso Liechtenstein)	1.206	436	202	34	361	173
Regno Unito	980	751	37	58	17	117
Altri Paesi Europei	946	837	0	0	30	79
Bulgaria	895	887	0	0	8	0
Belgio	789	373	61	22	255	78
Finlandia	689	82	57	400	150	0
Ungheria	444	106	0	0	291	47
Croazia	429	160	0	0	214	55
Polonia	395	81	0	0	301	13

Elaborazioni Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT)

### Le spese sostenute

Un dato utile per comprendere l'entità dell'indotto generato dai turisti esteri *en plein air* nel nostro Paese è rappresentato dalle stime di spesa da loro sostenuta: mediamente nel 2012 spendono **49 euro al giorno** e **428 euro** circa per la durata dell'intero soggiorno, di circa 9 giorni. Questi valori, secondo i dati dell'Osservatorio della Banca d'Italia, risultano nettamente inferiori a quelli generati dal flusso turistico complessivo *incoming*, che registra rispettivamente una spesa di circa 93 euro a notte e 651 euro per un soggiorno di circa 7 notti.

Tale differenza è più marcata se si prende in considerazione il turismo *incoming en plein air* dei soli camperisti esteri, che, considerata la medesima permanenza di 7 notti in Italia, nel 2012 hanno speso mediamente **47,50 euro al giorno** e **366 euro** per l'intero soggiorno, contro i 49 euro al giorno e i 380 euro per l'intero soggiorno del 2011. Anche nel caso dei turisti italiani all'aria aperta si registra una flessione nella spesa rispetto al 2011 sia nella quota pro capite giornaliera (45 euro), sia nel soggiorno (420 euro), la cui durata è pressoché in linea con quella degli esteri *en plein air* (circa 9 notti).



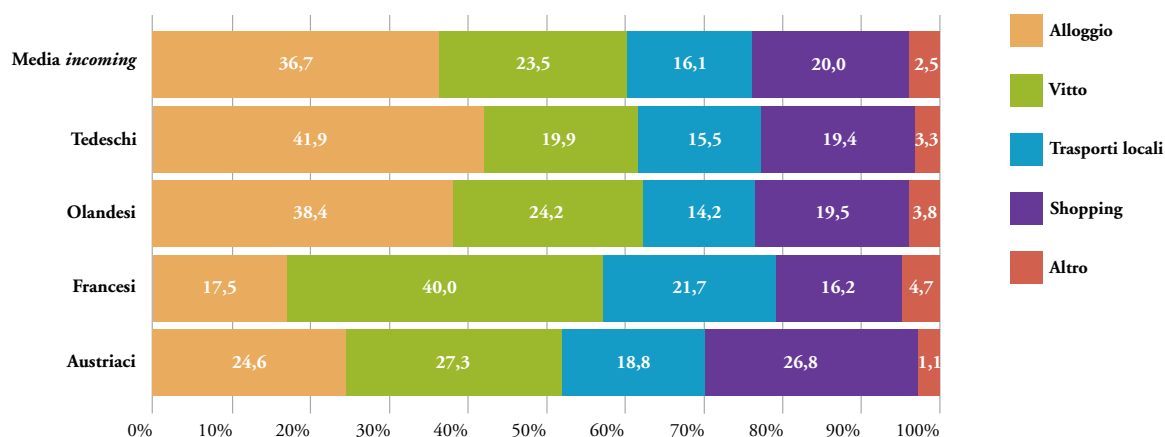
Gli olandesi si distinguono per una spesa media per l'intero soggiorno in autocaravan, caravan o tenda superiore (circa 527 euro) a quella di francesi (418 euro), tedeschi (387 euro) e austriaci (392 euro) e per una durata media della vacanza maggiore (11 notti contro le circa 9 notti dei francesi, le 8 notti dei tedeschi e le 7 notti degli austriaci). Tuttavia, i turisti provenienti dall'Olanda spendono per la singola notte una cifra inferiore agli altri esteri *en plein air* in Italia (meno di 46 euro contro i 46 euro dei francesi, i 47 euro dei tedeschi e i 54 euro degli austriaci).

Nel nostro Paese i turisti esteri in autocaravan spendono meno di quelli in caravan sia per l'intero soggiorno (rispettivamente 366 euro contro 455 euro), sia per l'importo medio per notte (rispettivamente 47 euro contro 49 euro). La convenienza di una vacanza in autocaravan è legata alla durata (7 notti contro le 9 notti in caravan) e alla possibilità di sostare in aree esterne ai campeggi, spesso gratuite. Tra i camperisti esteri, i francesi detengono il primato di spesa per l'intero soggiorno (401 euro), mentre gli austriaci quello per la singola notte (61 euro). Tra gli amanti della caravan, i transalpini si confermano al primo posto per la maggiore spesa media giornaliera (58 euro), superati dagli olandesi per quella dell'intero soggiorno (573 euro).

I turisti esteri all'aria aperta nel nostro Paese destinano la quota maggiore del proprio budget all'alloggio (37% della spesa complessiva). In particolare tra questi, i camperisti esteri prediligono le vacanze itineranti, destinando una quota inferiore del budget all'alloggio (25% della spesa complessiva contro il 40,5% dei turisti esteri in caravan e tenda) e spendendo, viceversa, di più per i servizi di trasporto locale (25,5% della spesa complessiva contro il 13% dei turisti esteri in caravan e tenda), il vitto (25% della spesa complessiva contro il 23% dei turisti esteri in caravan e tenda) e lo shopping (22% della spesa complessiva contro il 19% dei turisti esteri in caravan e tenda).

Le abitudini di spesa dei camperisti *incoming* variano anche in funzione del Paese di origine (**Grafico h**). Tedeschi e olandesi investono soprattutto nell'alloggio, scegliendo strutture a pagamento, con quote rispettivamente del 42% e del 38% sulla spesa totale. Nel caso del vitto, sono i transalpini a spendere la quota più consistente sulla spesa totale (40% del budget contro il 27% di quello degli austriaci, il 24% degli olandesi e il 20% dei tedeschi). I francesi sono coloro che spendono maggiormente anche per le aree di sosta, il carburante e i trasporti locali (22% del budget contro il 19% di quello degli austriaci, il 15,5% dei tedeschi e il 14% degli olandesi), mentre gli austriaci preferiscono investire nello shopping (27% del budget contro il 19,5% di quello degli olandesi, il 19% dei tedeschi e il 16% dei francesi).

**Grafico h. Distribuzione del budget di spesa dei camperisti esteri in Italia, per voce (valori %)**



Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

## Gli obiettivi dell'Osservatorio

APC ha realizzato, in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, l'**Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta nelle Regioni italiane**, che intende monitorare con valori espressi in centesimi (0-100):

- **i valori di turisticità *en plein air***, ossia la capacità di attrazione dei turisti all'aria aperta e la loro distribuzione/concentrazione sul territorio;
- **gli indici di ricettività *en plein air***, valutati in funzione del grado di specializzazione dell'offerta ricettiva e della qualità delle aree di sosta e della loro distribuzione e concentrazione sul territorio;
- **il grado di sensibilità e di attenzione dei Comuni** a investire nel potenziamento della ricettività *en plein air*.

## I valori di turisticità

I valori di turisticità di ciascuna Regione sono stati valutati, in primo luogo, in relazione alla **capacità di attrazione** della domanda *en plein air*, quantificando il peso dello specifico segmento rispetto all'intero movimento turistico regionale. Le **Marche**, insieme a **Sardegna, Veneto e Valle d'Aosta**, sono la Regione in cui tale indicatore risulta più elevato (superiore a 80 su 100).

Queste valutazioni sono state, inoltre, analizzate in relazione all'**intensità della domanda di turismo *en plein air***, ovvero la sua concentrazione e distribuzione rispetto alla popolazione e alla superficie territoriale. La performance delle Marche rimane sostanzialmente invariata in confronto a quella emersa nell'anno precedente, posizionandosi nella seconda fascia (indicatore tra 35 e 70) insieme a Trentino Alto Adige e Toscana. Si conferma, invece, la supremazia (indicatore superiore a 70 su 100) della **Valle d'Aosta** e del **Veneto**, dove vengono privilegiate le località balneari della costa adriatica e il lago di Garda, ricco di strutture ricettive attrezzate.

## Gli indici di ricettività

Il **grado di specializzazione dell'offerta *en plein air***, ossia la capacità ricettiva sviluppata da campeggi e aree di sosta camper sull'accoglienza complessiva della Regione, è migliorato rispetto all'anno precedente grazie agli investimenti realizzati nei territori da enti pubblici e privati.

Le Marche rientrano tra quelle Regioni con una specializzazione dell'offerta all'aria aperta decisamente superiore alla media (indicatore tra 80 e 100). Le Marche mostrano, infatti, con la Valle d'Aosta, il maggiore equilibrio tra la crescita della specializzazione dell'offerta e quella della capacità di attrazione della domanda. In queste Regioni la domanda *en plein air*, rispetto alla domanda turistica regionale totale, si accompagna al significativo peso dei posti-persona disponibili in campeggi e in aree attrezzate, rispetto alla totale ricettività regionale.

La **qualità delle aree di sosta**, intesa come l'incidenza percentuale delle aree attrezzate sulle aree di sosta totali regionali, si mantiene molto buona sull'intero territorio nazionale, mentre raggiunge il massimo livello nelle Marche, così come in Puglia, Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Calabria e Sicilia (indicatore tra 90 e 100).

Confrontando la qualità delle aree di sosta con il grado di specializzazione *en plein air* dell'offerta, è interessante notare come Puglia, Valle d'Aosta e Marche siano le tre migliori Regioni sia per la consistenza dell'offerta *en plein air* complessiva, sia per la qualità delle aree di sosta (valori superiori a 90 su 100). Per quanto riguarda la **densità dell'offerta attrezzata *en plein air***, ossia la sua concentrazione o distribuzione in relazione al numero di abitanti e all'estensione del territorio regionale, le Marche si posizionano nella seconda fascia (indicatore tra 35 e 70), precedute dalla Valle d'Aosta (indicatore superiore a 70 su 100).

## I gradi di sensibilità verso il turismo *en plein air*

L'ultimo aspetto analizzato dall'Osservatorio riguarda il **livello di attenzione e sensibilità delle Regioni nei confronti del turismo *en plein air***. Tale propensione è stata misurata, per ciascuna Regione, considerando la concentrazione dei Comuni partecipanti al Bando promosso da APC "I Comuni del Turismo all'Aria aperta", rispetto al totale dei Comuni partecipanti e vincitori in Italia. In particolare, sono stati considerati i Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e tutti i Comuni partecipanti e vincitori dal 2008 al 2013.

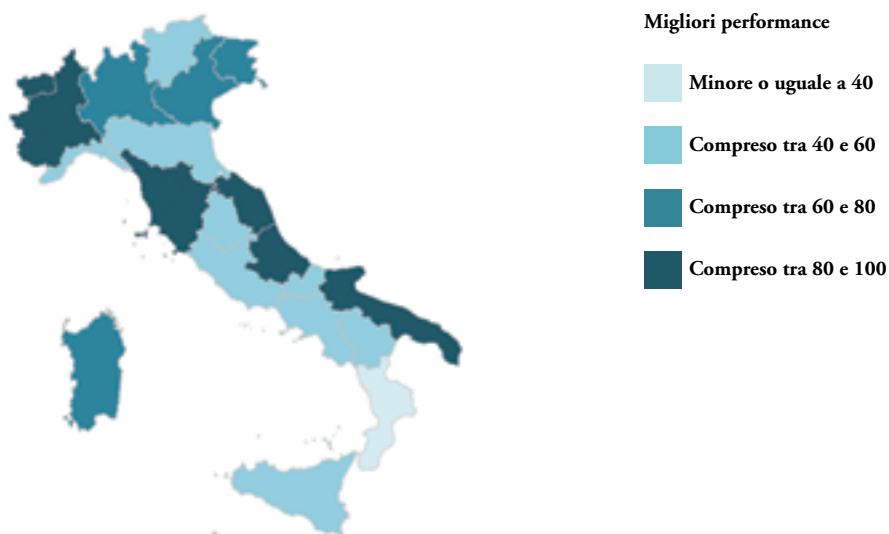
Da questa analisi è emerso come dal 2001 ben 17 Comuni marchigiani abbiano partecipato al Bando, di cui 8 municipalità della Provincia di Macerata, 3 municipalità della Provincia di Ancona, 3 municipalità della Provincia di Fermo e 3 municipalità della Provincia di Pesaro-Urbino. Secondo l'Osservatorio, quindi, le Marche (indicatore tra 35 e 70 su 100) vengono superate solo dal Piemonte (indicatore superiore a 70 su 100) rispetto alla maggiore densità di Comuni disponibili a investire nell'accoglienza per i camperisti.

## In sintesi

La **Mappa i** fornisce un quadro geografico di sintesi ottenuto dalla combinazione degli indicatori, ovvero la capacità di attrazione della domanda, il grado di specializzazione dell'offerta *en plein air*, la qualità delle aree di sosta e il livello di sensibilità dei Comuni. Come registrato nel 2012, anche nel 2013 le Marche si confermano in assoluto la Regione che registra le migliori performance (indicatore compreso tra 80 e 100) in tutti gli indicatori presi in esame dall'Osservatorio, seguita dal Piemonte.

### Mappa i. Migliori performance.

Combinazione degli indicatori relativi alla capacità di attrazione della domanda, al grado di specializzazione dell'offerta *en plein air*, alla qualità delle aree di sosta e al livello di sensibilità dei Comuni



Elaborazioni Ciset su dati APC

## Le strutture ricettive nelle Marche

Nel 2013 le aree di sosta sul territorio nazionale situate al di fuori dei campeggi sono, secondo stime elaborate dalla rivista PleinAir, oltre 2.000. Il sistema turistico-ricettivo *en plein air* in Italia si articola in tre tipologie: aree attrezzate (69% delle aree totali), *camper service* (17,6% delle aree totali) e i punti di sosta non attrezzati (13,4% delle aree totali). Non prendendo in considerazione le aree di sosta autostradali (134) di cui non si dispone di un'ubicazione regionale, il Nord Italia comprende il numero maggiore di aree di sosta (44,9%) rispetto alle aree complessive sul territorio nazionale, mentre il Sud e il Centro registrano rispettivamente il 28,6% e il 26,5% delle complessive aree nazionali.

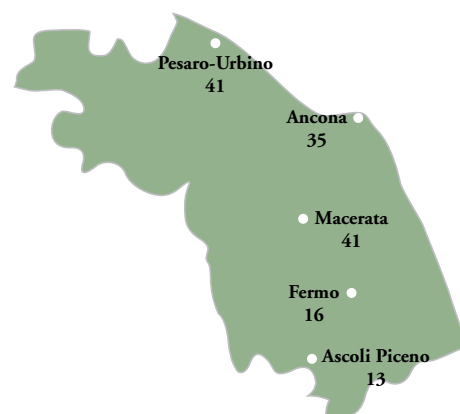
In questo contesto, nel 2013 le Marche si piazzano al quinto posto in Italia con **146 aree di sosta** (7,9% delle totali), precedute da Piemonte (12,4% delle aree totali), Emilia Romagna (10,4% delle aree di sosta totali), Toscana (9,7% delle totali) e Veneto (8,2% delle totali).

Se si prendono in esame le differenti tipologie di strutture ricettive, le Marche si attestano al terzo posto in Italia per l'offerta di aree di sosta attrezzate, pari a 120 (8,9% delle totali), mentre si collocano al sesto posto a livello nazionale sia per la presenza di *camper service* (13, corrispondenti al 6,4% dei totali), sia di punti di sosta (13, corrispondenti al 4,4% dei totali).

Rispetto alla distribuzione geografica delle strutture ricettive, **Macerata** e **Pesaro-Urbino** condividono il primato assoluto di Province marchigiane più *camper friendly*, entrambe con 41 aree di sosta totali, sebbene il territorio maceratese presenti un numero superiore di aree attrezzate, pari a 35 contro le 32 della Provincia di Pesaro-Urbino. Quest'ultima Provincia è anche la più fornita di *camper service* con 6 strutture rispetto alle altre Province marchigiane, mentre la Provincia di Ascoli-Piceno si distingue per la numerosità dei punti di sosta di cui è dotata, 5 su 13 totali presenti nella Regione Marche.

Tabella I. Strutture ricettive nelle Marche suddivise per Provincia e per tipologia

Province	Aree Totali	Aree attrezzate	Camper Service	Punti di Sosta
Ancona	35	31	3	1
Macerata	41	35	4	2
Pesaro-Urbino	41	32	6	3
Ascoli Piceno	13	8	-	5
Fermo	16	15	-	1
<b>Totale</b>	<b>146</b>	<b>120</b>	<b>13</b>	<b>13</b>



Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

### Glossario

#### PUNTO SOSTA

È la soluzione più essenziale: un'area dov'è consentita soltanto la sosta, senza servizi aggiuntivi. I punti sosta devono essere opportunamente segnalati e illuminati.

#### CAMPER SERVICE

È un'area adibita al rifornimento dei veicoli (carico, scarico delle acque, rifornimento idrico ed elettrico) che non prevede la sosta prolungata. È dotata di acqua potabile, sistema per lo scarico delle acque reflue (fossa biologica impermeabilizzata oppure di tipo prefabbricato), bocchette per le acque e prese di corrente, eventualmente a moneta o gettone. Efficace in spazi che dispongono di personale o in stazioni di servizio.

#### AREA DI SOSTA ATTREZZATA

È la soluzione più completa. Consente la sosta e il pernottamento e offre una serie di servizi: carico e scarico acque, aree picnic, docce, toilette, allaccio elettrico, informazioni turistiche e quant'altro possa servire a rendere pratico e piacevole il soggiorno e il pernottamento. Le piazzole di sosta solitamente vengono realizzate su un fondo asfaltato, ghiaioso e, meno frequentemente, su fondo erboso.

## Il Bando “I Comuni del Turismo all’Aria aperta”

Per incrementare l’offerta di aree di sosta attrezzate nel nostro Paese, dal 2001 APC promuove il Bando “I Comuni del Turismo all’Aria aperta”, con la collaborazione di ANCI-Associazione Nazionale Comuni Italiani, Federparchi-Europarc Italia, Federterme e FEE-Fondazione per l’Educazione Ambientale. Principale obiettivo dell’iniziativa, nata per volontà del Past President APC Luano Niccolai, è incentivare i Comuni nella progettazione e nella realizzazione di aree di sosta camper contribuendo alla diffusione della cultura del turismo itinerante in autocaravan e dell’ospitalità *en plein air* in Italia.

Attraverso l’iniziativa l’Associazione contribuisce al finanziamento dei migliori progetti di aree sosta camper: grazie a un montepremi complessivo di 100mila euro, la scorsa edizione ha riscosso un notevole successo con la partecipazione di 136 amministrazioni comunali ed Enti Parco in gara per le categorie “Comuni del Nord”, “Comuni del Centro”, “Comuni del Sud e Isole”, “Città Termali” e “Parchi”.

Nella storia del Bando è stata registrata l’inaugurazione di più di 30 aree di sosta, distribuite in 15 differenti Regioni. Di queste, 3 strutture ricettive sono state realizzate nelle Marche, precisamente nei Comuni di Montappone (FM), di Fermo (FM) e di Montelupone (MC).



## La promozione del plein air nelle Marche

Con il proprio sistema ricettivo all’aria aperta, le Marche costituiscono un vero e proprio modello nel nostro Paese, grazie alle fondamentali politiche di accoglienza perseguite dall’amministrazione regionale, che promuove questa speciale esperienza di viaggio al fine di diversificare l’offerta turistica regionale.

Ne è una dimostrazione il progetto di marketing territoriale voluto dall’**Assessorato al Turismo della Regione Marche** che, in collaborazione con l’Associazione Regionale Campeggio Marche, aderente alla Confedercampeggio, ha realizzato l’opuscolo “**plein air Marche**”, per favorire la conoscenza del patrimonio storico-artistico e delle bellezze naturalistiche locali attraverso la valorizzazione di itinerari turistici in autocaravan.

La pubblicazione, ricca di informazioni per i camperisti che scelgono il territorio marchigiano come meta delle proprie vacanze all'aria aperta, elenca le numerose strutture ricettive presenti a livello regionale che rispettano i dettami della Legge regionale n° 9/2006, art. 35, segnalando inoltre ben **18 aree di eccellenza**. Questa qualifica si inquadra nel generale obiettivo strategico perseguito dalla Regione Marche di elevare la qualità dei servizi di accoglienza, fondamentali per incentivare l'afflusso di turisti.

Dopo accurati sopralluoghi, un'apposita Commissione della Regione Marche ha attribuito loro tale marchio di qualità, identificabile attraverso un logo dedicato, in quanto strutture ricettive multifunzionali, che non si limitano a un'offerta base di servizi (sosta e *camper service*) ma presentano le caratteristiche per una confortevole permanenza. La guida "plein air Marche" è consultabile e scaricabile dal sito [www.turismo.marche.it](http://www.turismo.marche.it), il portale interamente dedicato all'offerta turistica regionale.

### Il quadro normativo regionale

La **Regione Marche** rappresenta un modello italiano anche in merito al riconoscimento normativo dell'ospitalità turistica dedicata ai camperisti. L'art. 35 della **Legge 9/2006** "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo" disciplina le aree di sosta attrezzate riservate esclusivamente alla sosta e al parcheggio di autocaravan e caravan. Viene prevista la realizzazione delle aree di sosta da parte di enti pubblici, di società a prevalente capitale pubblico, di associazioni di categoria dei campeggiatori e di pro loco in base ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente.

Con la **Delibera della Giunta Regionale (DGR) n. 1158/2007** sono state, invece, definite le caratteristiche delle aree di sosta attrezzate per autocaravan e caravan, stabilendo, al tempo stesso, i criteri, le priorità e le modalità di concessione di contributi ai soggetti beneficiari per la loro realizzazione. Il documento è stato, poi, integrato con la **DGR n. 1361/2008** rispetto ai criteri e alle modalità adottate per la concessione dei contributi. Entrambe le Delibere disciplinano, quindi, la messa in opera di strutture ricettive di qualità, che siano dotate dei servizi indispensabili per il camperista (carico e scarico acque, illuminazione, segnaletica, raccolta differenziata, aree verdi, ecc.) e rispettose del contesto ambientale nel quale sorgono.

Elemento fortemente innovativo della normativa regionale, 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. La Regione Marche ha investito, pertanto, nel potenziamento qualitativo dei servizi di accoglienza anche nel settore turistico del plein air, dotando le aree di sosta di nuove attrezzature e servizi.

Dal 2009 la Regione Marche ha erogato **oltre 426mila euro** di contributi per la realizzazione delle aree di sosta attrezzate a sostegno di ben **25 Comuni** beneficiari, che hanno così potuto diversificare la propria offerta turistico-ricettiva.



## 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 sopprime, quindi, a una carente 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 m**), 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 invece pari a 302.000 euro, con 22.500 euro annui per la gestione e un ricavo medio annuo a regime pari a 77.100 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 m. 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	<b>302.000</b>	3.300.000	7.200.000	1.140.000	2.850.000
Tempi di realizzazione	6 mesi	<b>6 mesi</b>	24-36mesi	24-36mesi	12 mesi	12 mesi
Ricavi (a regime)	31.200	<b>77.000</b>	321.000	770.000	180.000	432.000
- pernottamenti	21.800	<b>58.000</b>	225.000	540.000	180.000	432.000
- altri servizi	9.400	<b>19.000</b>	96.000	230.000	0	0
Costi di gestione	14.000	<b>22.500</b>	195.000	446.600	54.000	129.600
M.O.L. (autofinanziamento)	17.200	<b>54.600</b>	126.000	323.400	126.000	302.400
Tempo di rientro (anni)	9,3	<b>5,5</b>	26,2	22,26	9,0	9,4
Occupazione diretta	0	<b>0</b>	5	12	0	0
Impatti ambientali						
- costruzione	minimo	<b>minimo</b>	massimo	massimo	medio	medio
- gestione e manutenzione	minimo	<b>minimo</b>	massimo	massimo	minimo	minimo
- demolizione/riconversione	minimo	<b>minimo</b>	massimo	massimo	medio	medio

### 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 in cui si viaggi prevalentemente 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 n**), 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 n. Gli aspetti importanti nella scelta di aree di sosta/struttura ricettiva all'aria aperta

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

Elaborazioni Ciset-Doxa per conto Fiere 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)



## Key Points

- 1** Sempre più turisti scelgono di visitare l'Italia in autocaravan, caravan e tenda. Oltre a una comunità di 800mila camperisti, infatti, si contano nel 2013 più di 3 milioni di italiani e 2,6 milioni di esteri *en plein air* in viaggio nella penisola alla scoperta delle peculiarità che rendono unica l'Italia.
- 2** Secondo la ricerca del Ciset, i flussi turistici in autocaravan, caravan e tenda producono annualmente una spesa complessiva di 2,6 miliardi di euro (1,1 miliardi generati dai turisti esteri e 1,5 miliardi dai turisti italiani).
- 3** In Italia nel 2013 sono state vendute 3.791 autocaravan (-19,9% vs 2012) e 991 caravan (-30,5% vs 2012). Le Marche sono la terza Regione del Centro Italia sia per il volume delle autocaravan nuove e usate (2,9% del totale nazionale), sia per il volume delle caravan (3,2% del totale nazionale).
- 4** Secondo i dati dell'Osservatorio Regionale del Turismo della Regione Marche, nel 2013 sono stati registrati circa 57mila arrivi complessivi in autocaravan nelle aree di sosta regionali, di cui l'88% di camperisti italiani e il 12% di camperisti esteri, con oltre 182mila presenze, realizzate per il 90% del totale dagli italiani.
- 5** Le mete preferite nel 2013, per i camperisti italiani ed esteri nelle Marche, sono la Provincia di Ancona, le cui aree di sosta hanno attratto 19.951 arrivi complessivi (oltre il 35% del totale regionale annuo) e 47.800 presenze (più del 26% del totale regionale annuo), e la Provincia di Pesaro-Urbino, che ha registrato 16.008 arrivi (28% del totale regionale annuo) e 50.355 presenze (più del 27% del totale regionale annuo).
- 6** Come registrato nel 2012, anche nel 2013 le Marche si confermano la Regione con le migliori performance in tutti gli indicatori esaminati dall'Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta nelle Regioni italiane del Ciset: la capacità di attrazione della domanda, il grado di specializzazione dell'offerta *en plein air*, la qualità delle aree di sosta e il livello di sensibilità dei Comuni.
- 7** Delle 2.000 aree di sosta presenti in Italia nel 2013, secondo le stime della rivista PleinAir, le Marche si piazzano al quinto posto con 146 aree di sosta (7,9% delle totali), di cui 120 aree attrezzate (8,9% delle totali), 13 *camper service* (6,4% dei totali), 13 punti di sosta (4,4% dei totali). Le aree di sosta dei Comuni di Montappone (FM), Fermo (FM) e Montelupone (MC) sono state realizzate con i contributi erogati da APC attraverso il Bando "I Comuni del Turismo all'Aria aperta".
- 8** Rispetto alla distribuzione delle strutture ricettive, Macerata e Pesaro-Urbino condividono il primato assoluto di Province marchigiane più *camper friendly*, entrambe con 41 aree di sosta totali, sebbene il territorio maceratese presenti un numero superiore di aree attrezzate, pari a 35.
- 9** Tra le iniziative per la promozione del turismo all'aria aperta, emerge il progetto di marketing territoriale dell'Assessorato al Turismo della Regione Marche che, con l'Associazione Regionale Campeggio Marche, ha pubblicato l'opuscolo "plein air Marche". Dal 2009, inoltre, la Regione ha erogato oltre 426mila euro per la realizzazione delle aree di sosta attrezzate a sostegno di 25 Comuni, che hanno così potuto diversificare la propria offerta turistico-ricettiva.
- 10** La Regione Marche rappresenta un modello italiano in merito al riconoscimento normativo dell'ospitalità turistica per camperisti grazie all'art. 35 della Legge 9/2006 "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo", che disciplina le aree di sosta attrezzate riservate esclusivamente alla sosta e al parcheggio di autocaravan e caravan.

**Dati ed elaborazioni**

CISSET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia  
Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo  
Vivilitalia

**Comitato di redazione**

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper  
CISSET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia  
extra comunicazione e marketing

**Coordinamento editoriale e progetto grafico**

extra comunicazione e marketing

**Stampa digitale**

Cierre & Grafica

**Finito di stampare Luglio 2014**

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

Centro Direzionale Campomaggio, 16

Località Drove

53036 Poggibonsi (SI)

Tel. 0577.987013 - [info@apcitalia.com](mailto:info@apcitalia.com)

[www.associazioneproduttoricamper.it](http://www.associazioneproduttoricamper.it)

[www.sceglilcamper.it](http://www.sceglilcamper.it)