

economia  
italiana

## Camper, è ripartito il Made in Italy delle vacanze

Maurizio Bogni  
a pagina 15

# Camper, riparte il Made in Italy delle vacanze la produzione triplica in tre anni e l'export corre

NEL SOLO 2017 COSTRUITI QUASI 22MILA MEZZI CON UN AUMENTO DEL 43%, PER IL 90% CONCENTRATI NEL POLO TOSCANO DOVE HANNO SEDE I MARCHI STORICI, DA LAIKA A TRIGANO, LA CUI PROPRIETÀ È PERÒ TOTALMENTE IN MANO A GRUPPI STRANIERI. A RILENTO CONTINUANO AD ANDARE INVECE LE IMMATRICOLAZIONI IN ITALIA

Maurizio Bogni

Firenze

Il camper italiano accelera: nel 2017 +43,4% la produzione con 21.712 mezzi, quasi triplicati rispetto al 2014 (8.802), mentre il fatturato del comparto risale a 900 milioni contro i 500 del 2014. Punto debole restano le immatricolazioni nel territorio nazionale: a fronte delle 15.000 del 2007, solo 5.101 nel 2017 (+19,6), +24% nel primo trimestre 2018 e +16% nel semestre. «L'obiettivo di fine 2018 è risalire a quota 6.200 immatricolazioni totali», dice Francesca Tonini, direttore generale dell'Associazione produttori caravan e camper (Apc), che ha sede a Poggibonsi (Siena), "capitale" del distretto italiano dove si concentra il 90% della produzione nazionale e il 20% di quella europea (tra le prime tre nel Continente). Qui, nei territori di pochi comuni fiorentini e senesi tra Valdelsa e Chianti, il di-

stretto è nato a fine anni '70 dalla riconversione dell'industria del mobile che spostò la produzione dalle forniture per l'edilizia alla casa su quattro ruote montata su chassis e motrici della grande industria automobilistica. Dopo anni di crisi terribile, l'industria italiana del camper è tornata ad occupare 7.000 addetti (2.000 diretti e gli altri nell'indotto della vasta componentistica) e ha messo alle spalle le crisi aziendali spostando quote crescenti di business sull'estero, dove oggi ottiene l'85% dei suoi ricavi totali. La ripartenza ruota intorno a due gruppi: Hymer Ag, che la famiglia tedesca proprietaria ha ora messo sul mercato (interessati all'acquisto un fondo d'investimento americano e uno tedesco), presente nel distretto toscano con le produzioni di alta gamma di Laika, e il francese Trigano, che ha progressivamente inglobato i tanti brand presenti sul territorio toscano. Da Sea (con i marchi Mobilvetta, Mc Louis e Miller) a Giottiline, uno dopo l'altro tutti sono passati di mano, alcuni mantenuti nel marchio e altri scomparsi. Gli ultimi a cambiare proprietà sono stati Rimor, di cui la fondatrice famiglia Niccolai mantiene una quota di minoranza, e la più recente creatura del pioniere del settore Pier Luigi Alinari, che ad inizio decennio si era lanciato sul mercato con una nuova avventura. Oggi, nel

distretto toscano non c'è più un brand di proprietà italiana ma sopravvive un ricco tessuto di artigiani che produce la vasta gamma dei componenti e dell'arredamento interno, dalle porte ai letti, e che è trainato dal business dei due giganti europei.

### Il polo toscano

Trigano, che in Toscana fattura l'80% dei suoi 600 milioni di ricavi e occupa 1.100 dei 1.500 dipendenti impiegati in Italia, sta concludendo un piano di investimenti da 10 milioni di euro avviato nel 2016 per allargare gli impianti di oltre 10mila metri quadrati e aumentare la forza lavoro di 200 unità. Il gruppo francese ha recentemente firmato con la Regione Toscana e i Comuni di Barberino val d'Elsa, San Gimignano e Poggibonsi un protocollo d'intesa con cui l'azienda si impegna a sviluppare gli insediamenti industriali, mentre la parte pubblica faciliterà i processi autorizzativi per l'ampliamento e la costruzione di nuovi impianti. Laika, che all'inizio del 2016 si è trasferita nel nuovo e modernissimo stabilimento costruito a Ponterotto vicino Firenze, ha chiuso l'esercizio 2016-2017 con 2.700 camper prodotti, fatturato di 130 milioni di euro (di 47 milioni il valore degli ordini nel 2009 e di 90 milioni nel 2007), mentre da inizio

decennio l'occupazione diretta è salita da 210 unità a 360 al netto di tempi determinati, interinali e stagi-

sti. Il posto di 140 precari è però ora messo a rischio dal Decreto Dignità voluto dal ministro Di Maio che ha reintrodotto l'obbligo della causale e limitato il rinnovo di tempi determinati e somministrazioni.

#### Trattative sindacali

«Per trovare una soluzione – spiega Flavia Capilli della Fim-Cisl – incontreremo l'azienda a settembre in coincidenza con l'avvio di quattro settimane di cassa integrazione, che coinvolgerà 200 dipendenti, deciso per permettere il layout delle macchine a fronte del fisiologico calo di ordini dopo l'estate». A parte queste criticità, Laika torna al pareggio di bilancio, che si chiude il 31 agosto, grazie all'arricchimento della gamma di prodotti, con l'ultima serie Etrusco che va incontro

ad una clientela più larga. «Il profilo di chi compra caravan è molto mutato negli ultimi anni», spiega infatti la direttrice di Apc, Tonini. Non più solo ricchi pensionati tedeschi. «Una nostra recente ricerca dice che il 32% della clientela è rappresentato da nuclei di 3-4 persone con capo famiglia tra i 30 e i 50 anni, il 26% da coppie senior tra i 46 e i 65 anni, ma avanza un 17% costituito da gruppi di 3-4 amici che vogliono condividere esperienze di vita e di viaggio. A tutti loro il mercato offre prodotti sempre più caratterizzati da comodità e design che si rifà alla nautica, veicoli dalle linee dinamiche e tondeggianti».

#### Gli obiettivi

L'obiettivo, per il settore, è quello di far tornare a crescere il mercato interno e colmare il gap rispetto agli altri Paesi. «Il parco veicoli ricreazionali in Italia è vetusto – dice Tonini – ma il mercato dell'usato è vivace: il rapporto nuovo-usato è di uno a sei, contro uno a tre sia in Germania che in Francia. Al nuovo governo chiediamo incentivi alla rottamazione, Iva agevolata al 4% per i disabili che rappresentano il 9% degli acquirenti di camper e finanziamento per aumentare il

numero delle aree di sosta: ce ne sono solo 2.000 in Italia, sebbene sia una delle mete europee più richieste e in crescita del turismo all'aria aperta, contro le 8.000 in Francia e in Germania». Cosa non si farebbe per aumentare le aree di sosta? Apc ha lanciato la prima area digitale, mentre Laika ha stipulato un accordo con il Consorzio del Chianti Classico: le cantine che aderiscono al progetto, inizialmente una decina, offrono gratuitamente ai camperisti uno spiazzo tra le vigne, prenotabile online, dove parcheggiare per 24 ore il camper e trascorrere la notte. Serate stellate sulla collina, risveglio eccezionale tra il verde dei filari. L'idea è originale, promette suggestioni forti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# 21712

#### CAMPER PRODOTTI

Nel 2017 è stato costruito in Italia il 43,4% di mezzi in più rispetto all'anno precedente

# 90%

#### IL POLO TOSCANO

Quota sul totale della produzione realizzato nel distretto toscano



1



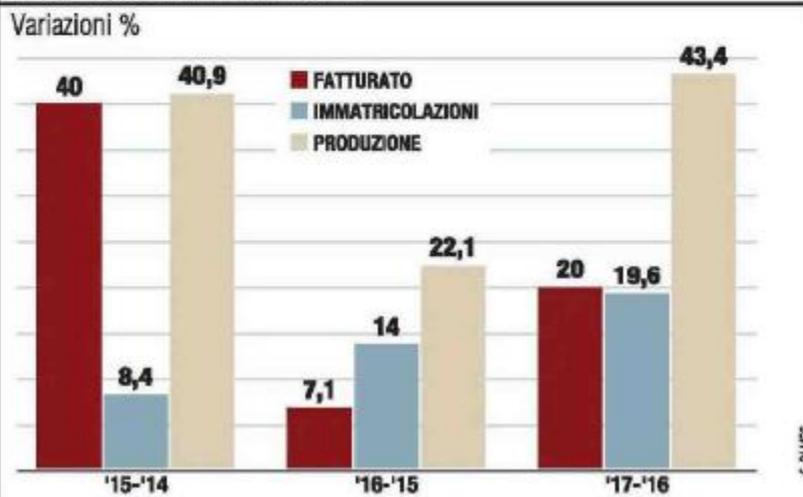
2

**Francesca Tonini (1)** e **Simone Niccolai (2)**, rispettivamente direttore generale e presidente dell'Apc, l'associazione dei produttori di camper

## L'INDUSTRIA ITALIANA DEI CAMPER



## LA CRESCITA DEL SETTORE





La produzione di camper in Italia è ripartita. Non così il mercato, che si salva solo facendo leva sull'usato che prevale in ragione di 6 a 1.

## [ LA STAGIONE ]

### Un milione e mezzo di turisti per le strade del Belpaese



Sono 1,5 milioni i turisti in camper che nei mesi centrali dell'estate hanno invaso le strade del Belpaese, secondo le stime dell'Associazione produttori. Ottocentomila sono italiani, mentre settecento mila stranieri. È un movimento che assicura un fatturato miliardario all'economia del turismo italiano. «Più di 8,4 milioni camperisti italiani e stranieri, che ogni anno visitano il nostro Paese, generano un fatturato complessivo di 2,9 miliardi di euro, e in aumento sono sia le presenze che il volume della spesa», ha spiegato il presidente dell'Associazione, Simone Niccolai, presentando la VII edizione del Rapporto nazionale sul turismo in libertà in camper e in caravan. Il settore si prepara intanto al "Salone del Camper", il più importante evento fieristico del settore che quest'anno si svolge dall'8 al 16 settembre come sempre presso Fiera di Parma. L'ultima edizione ha fatto segnare 132mila visitatori (+4,3%) e più di 700 veicoli presentati da oltre 300 espositori nei 138mila metri quadrati di area dedicata all'evento.

(ma.bo.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA