

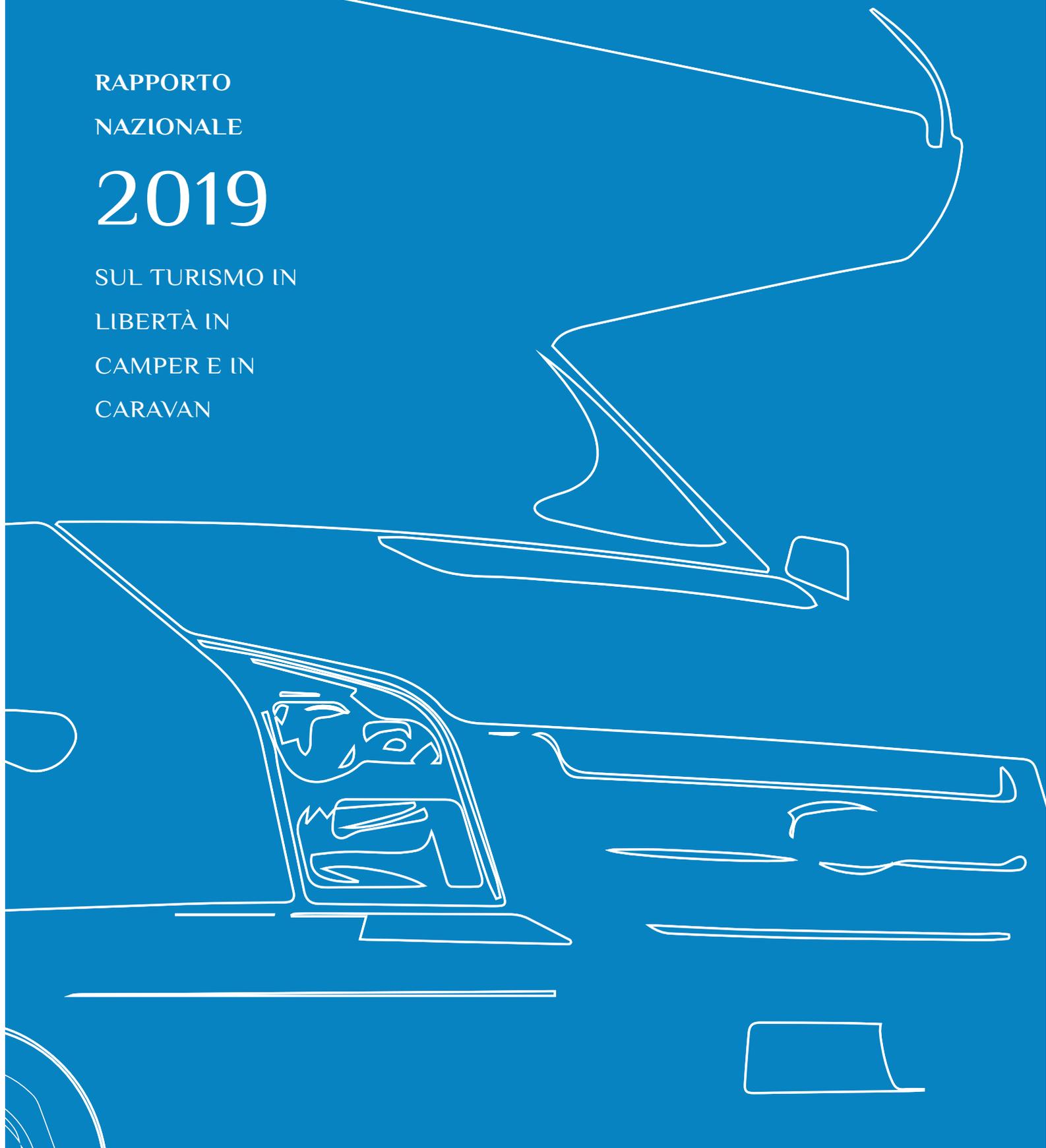


Annual Report

RAPPORTO
NAZIONALE

2019

SUL TURISMO IN
LIBERTÀ IN
CAMPER E IN
CARAVAN



Dal 2001, APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, realizza il Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan, uno strumento di analisi e conoscenza sull'industria del caravanning, con aggiornamenti annuali sul mercato dei Veicoli Ricreazionali, sui flussi turistici e sulla ricettività in libertà in Italia e in Europa. La sua presentazione alle più alte cariche dello Stato e ai rappresentanti degli enti pubblici e privati, costituisce un appuntamento consolidato per riflettere, in modo documentato, sullo sviluppo di questa importante filiera che coinvolge oltre 7.000 addetti e genera un fatturato annuo di oltre 1 miliardo di euro, con una produzione nel 2018 di 21.249 autocaravan e 6.135 nuovi immatricolati (+20,3% rispetto al 2017 e addirittura +78% rispetto al 2014), a testimonianza della crescente diffusione del Turismo in Libertà quale preziosa risorsa per il rilancio economico del nostro Paese.

Giunto alla sua VIII edizione, il Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan, viene realizzato in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia e rappresenta un punto di riferimento per policy makers, imprese e appassionati di questa tipologia di viaggio. Secondo le ultime stime, circa 8,7 milioni di turisti, tra stranieri e italiani, hanno visitato nel 2017 l'Italia a bordo dei Veicoli Ricreazionali, pari al 7,6% degli arrivi totali nella nostra Penisola, con un incremento del +4,3% rispetto al 2016. A tali arrivi corrisponderebbero circa 56 milioni di pernottamenti in campeggi e aree di sosta (+4,3% sul 2016, pari al 15% delle presenze totali), per un fatturato complessivo che si aggira intorno ai 2,6 miliardi di euro (+3,4%). Nello specifico, i turisti italiani in libertà sono stati circa 4,2 milioni, pari al 6,7% degli arrivi domestici totali, per un totale di circa 28 milioni di notti (13,4% delle notti domestiche totali) e un fatturato generale di 1,3 miliardi di euro. Confermano una maggiore attrattività del Turismo in Libertà, anche gli straordinari risultati del Salone del Camper che ha registrato nell'edizione 2018, oltre 130.000 ingressi con 29.000 biglietti venduti online, e un gradimento generico dei visitatori passato dal 94,2% del 2016 al 98,5% dello scorso anno.

In prima linea per il sostegno di questo comparto, APC da oltre 40 anni favorisce l'adozione di misure volte a implementare il Turismo in Libertà attraverso rapporti con le istituzioni, gli enti e le imprese sia a livello nazionale che internazionale.

Tra i pilastri di APC la sostenibilità. Le caratteristiche intrinseche dei viaggi all'aria aperta e i principi di sostenibilità sperimentabili dagli utenti di questa modalità di vacanza, sono infatti perfettamente aderenti agli aspetti chiave



Simone Niccolai

Presidente APC
Associazione Produttori Caravan e Camper

del turismo sostenibile. Soprattutto nel nostro Paese, sono numerosi i territori e Comuni minori di grande valenza culturale e ambientale, difficilmente raggiungibili dai normali format turistici. Per tale motivo APC promuove, con iniziative mirate, un Turismo in Libertà sostenibile, capace di penetrare e valorizzare il territorio rivalutandone il patrimonio culturale, artistico e paesaggistico. Tra gli altri interventi dell'Associazione, oltre alle strategiche attività di lobbying parlamentare e alle partnership con prestigiose realtà museali italiane allo scopo di rafforzare il rapporto tra cultura e Turismo in Libertà, APC promuove dal 2001 il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" attraverso il quale viene erogato un contributo economico agli enti locali per la realizzazione di aree di sosta innovative ed ecosostenibili, grazie al quale sono state create a oggi 45 nuove aree lungo tutto lo Stivale.

L'implementazione di un sistema ricettivo sempre più all'avanguardia (come illustrato sia nell'Allegato di questo Rapporto dedicato all'applicazione delle nuove tecnologie per la creazione di aree di sosta attrezzate sia nei capitoli relativi all'Osservatorio del Turismo in Libertà nelle Regioni italiane), abbinato a un territorio dagli eccezionali tesori nascosti, rende l'Italia la meta ideale per essere scoperta in camper, caravan o tenda. Desidero quindi ringraziare istituzioni, enti e privati che con passione e impegno sostengono l'operato della nostra Associazione, contribuendo a favorire il rilancio e la crescita di questo importante settore produttivo.

CAPITOLO 1

**IL MONDO APC - ASSOCIAZIONE
PRODUTTORI CARAVAN E CAMPER**

1.1	Il Turismo in Libertà in Italia	6
1.2	APC: storia, missione, valori	6
1.3	I numeri di APC	7
1.4	Il Piano Programmatico di APC	7
1.5	Il Salone del Camper	10
1.6	Il Rapporto Nazionale sul Turismo in libertà	11
Key Points		12

CAPITOLO 2

**IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI
IN ITALIA E IN EUROPA**

2.1	Il contesto socio-economico	14
2.2	L'andamento dei segmenti autocaravan e caravan in Italia e in Europa	14
2.3	Il parco circolante in Italia	16
2.4	Le immatricolazioni di autocaravan e di caravan nelle Regioni italiane	18
Key Points		20

CAPITOLO 3

**AUTOCARAVAN: NUOVO E USATO
ANALISI DEMOGRAFICA**

3.1	I dati quantitativi: nuove immatricolazioni autocaravan	22
3.2	I dati quantitativi: compravendita autocaravan usati	24
3.3	Analisi demografica: nuovo	26
3.4	Analisi demografica: usato	27
Key Points		28

CAPITOLO 4

**IL TURISMO IN LIBERTÀ
IN EUROPA E IN ITALIA**

4.1	Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei	30
4.2	Il Turismo in Libertà in Italia nel 2017	34
4.3.	Il Turismo in Libertà degli italiani all'estero nel 2017	40
Key points		42

CAPITOLO 5

**L'OSSERVATORIO SUL TURISMO
IN LIBERTÀ NELLE REGIONI ITALIANE**

5.1	Gli obiettivi dell'Osservatorio	44
5.2	Gli indicatori utilizzati	44
5.3	I valori di turisticità in libertà	44
5.4	Gli indici di ricettività del Turismo in Libertà	46
5.5	Il grado di sensibilità verso il Turismo in Libertà	48
5.6	Considerazioni conclusive	49
Key Points		50

CAPITOLO 6

**ANALISI DELLA RETE
TURISTICO-RICETTIVA**

6.1	L'ospitalità itinerante in libertà in Italia	52
6.2	Le strutture ricettive a livello regionale	53
6.3	Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà"	55
6.4	Modelli di marketing territoriale	56
6.5	Il fatturato generato	57
6.6	Il quadro normativo italiano e regionale	58
Key Points		60

ALLEGATO

**AREA DI SOSTA
ATTREZZATA
NUOVE TECNOLOGIE 4.0
E L'ECO-MOBILITY**

7.1	Area di sosta e camper	62
7.2	Nuovi modelli di progettazione	62
7.3	Nuove forme imprenditoriali	63
7.4	Sistema di controllo accessi app 4.0	64
7.5	Risparmio elettrico	65
7.6	Risparmio idrico	66
7.7	Energia rinnovabile	68
7.8	Eco mobility	68
Key Points		70

**IL MONDO APC
ASSOCIAZIONE
PRODUTTORI
CARAVAN
E CAMPER**





1.1 Il Turismo in Libertà in Italia

L'Italia è senza dubbio una meta inesauribile per il Turismo in Libertà. Con i suoi 7.458 chilometri di coste magnifiche, 54 beni patrimonio dell'umanità dell'UNESCO nel 2018 (il Paese con il maggior numero al mondo), 279 Comuni annoverati tra i Borghi più belli d'Italia, 241 Comuni Bandiera Arancione ai quali si aggiungono 24 parchi naturali nazionali, splendide località montane, laghi, isole, città d'arte e una straordinaria offerta enogastronomia, il Belpaese è tra le destinazioni mondiali più qualificate per trascorrere vacanze indimenticabili a bordo di Veicoli Ricreazionali in totale libertà, sicurezza e comfort.

Il tutto all'insegna dell'immersione nella natura, della cultura, dello sport e della vita all'aria aperta. Sempre più turisti decidono infatti di visitare la nostra Penisola on the road, come dimostrano le ultime analisi fornite dal Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, su elaborazione dati Eurostat e Banca d'Italia. Circa 8,7 milioni di turisti, tra stranieri e italiani, hanno visitato nel 2017 l'Italia a bordo dei Veicoli Ricreazionali, pari al 7,6% degli arrivi totali lungo tutto lo Stivale, con un incremento del +4,3% rispetto al 2016.

A tali arrivi corrisponderebbero circa 56 milioni di pernottamenti in campeggi e aree di sosta (+4,3% sul 2016, pari al 15% delle presenze totali), per un fatturato complessivo che si aggira intorno ai 2,6 miliardi di euro (+3,4%). Nello specifico, i turisti italiani in libertà sono stati circa 4,2 milioni, pari al 6,7% degli arrivi domestici totali, per un totale di circa 28 milioni di notti (13,4% delle notti domestiche totali) e un fatturato generale di 1,3 miliardi di euro.

A questi numeri si aggiungono le oltre 7.000 persone addette all'industria del caravanning che a sua volta ha generato 21.249 autocaravan prodotti nel 2018 e 6.135 nuovi immatricolati (+20,3% rispetto al 2017 e

addirittura +78% rispetto al 2014), a testimonianza del crescente sviluppo del Turismo in Libertà quale risorsa preziosissima per l'economia del nostro Paese. Mission primaria di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, attiva ormai da oltre 40 anni per favorire la diffusione di una cultura del camper style, è l'adozione di misure volte a implementare questa filiera produttiva attraverso rapporti con le istituzioni, gli enti e le imprese sia a livello nazionale che internazionale.

1.2 APC: storia, missione, valori

APC riunisce e rappresenta le aziende produttrici italiane ed estere del comparto del caravanning, allo scopo di promuovere la conoscenza e la cultura del Turismo in Libertà e dei Veicoli Ricreazionali Made in Italy e implementare la ricettività in libertà per accrescere lo sviluppo del settore.

Fondata nel 1977, l'Associazione comprende una serie di aziende altamente qualificate e attive nella produzione di autocaravan, caravan, carrelli appendice, autotelai, rimorchi T.A.T.S. (rimorchi con targa per trasporto attrezzature turistiche e sportive), telai per caravan, ganci di traino, componenti e accessori per i Veicoli Ricreazionali.

Nucleo produttivo di questa filiera è il distretto della Valdelsa, tra Firenze e Siena, insieme agli stabilimenti di Atessa (CH) e di Montone (PG). Simone Niccolai (Consigliere Delegato di Luano Camp) è il Presidente dell'Associazione, mentre André Miethe (Amministratore Delegato di Laika) ricopre la carica di Vicepresidente e Tesoriere, Francesca Tonini è il Direttore Generale e Gianni Brogini è il Direttore Marketing.



1.3 I numeri di APC

APC rappresenta 49 imprese associate per un totale di 2.000 dipendenti diretti in Italia, ai quali si aggiungono altri 5.000 addetti nell'intero comparto produttivo.

I soci di APC si suddividono nelle seguenti tipologie:

Costruttori italiani di autocaravan

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

Costruttori esteri di autocaravan e caravan

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

Componentisti

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

Ulteriori informazioni sugli associati sono disponibili sul sito di APC:

www.associazioneproduttoriampcamper.it

1.4 Il Piano Programmatico di APC

Anche nel 2018, il Marketing Team, la squadra di esperti, tecnici e professionisti del settore istituita nel 2014 per adottare strategie di valorizzazione del Turismo in Libertà, ha attuato un intenso Piano Programmatico attraverso interventi rivolti alla crescita del comparto. In primis, si segnala la partecipazione a eventi di riferimento per l'industria del caravanning, tra cui la 24esima edizione del MELVI, Meeting of the European Leisure Vehicle Industry, l'appuntamento internazionale più importante per tutti i produttori europei, organizzato a maggio del 2018 ad Anversa dalla ECF-European Caravan Federation.

Altra manifestazione di spicco per il settore tenutasi per la prima volta lo scorso anno è il Travel Outdoor Fest ideato da APC in collaborazione con Fiere di Parma. Un evento unico B2C in Italia dedicato al turismo esperienziale, agli sport outdoor, ai Veicoli Ricreazionali e all'accessoristica per il mondo all'aria aperta che si è svolto nel polo fieristico parmense dal 15 al 18 febbraio.

APC è inoltre stata main sponsor della terza edizione di Exploring Bandiere Arancioni promosso dal Touring Club Italiano e tenutosi nel weekend del 19-20 maggio, nella suggestiva cornice del Castello Sforzesco di Milano, in concomitanza con le celebrazioni per i vent'anni dei Comuni Bandiere Arancioni, certificati dal Touring per le loro qualità turistico-ambientali.

Parallelamente APC adotta diversi provvedimenti rivolti a rafforzare l'offerta ricettiva in libertà, attraverso un potenziamento delle aree di sosta (al momento solo 2.000 in Italia pur essendo una meta europea tra le più visitate dai vacanzieri in libertà, contro le 8.000 di Germania e Francia).

Ne sono un esempio i Protocolli di Intesa siglati con ANCI, Federterme, Federparchi – FEE (Fondo per l'Educazione Ambientale), la Rete dei Comuni e il Touring Club per i Comuni Bandiera Arancione.

Tra le misure più significative attuate in partnership con queste istituzioni, si colloca in primo piano il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" attraverso il quale vengono erogati contributi economici alle amministrazioni comunali per creare aree di sosta camper multifunzionali ed ecosostenibili. Grazie a questo finanziamento messo a disposizione da APC, sono state realizzate dal 2001 ad oggi, 45 aree in 20 Regioni italiane.

Rientra in quest'ambito anche la presentazione del progetto del BIM (Building Information Modeling) applicato su un prospetto reale di area di sosta, quella di Rocca de' Baldi (CN) vincitrice del Bando APC "I Comuni del Turismo in Libertà" 2017.

Grazie al BIM, il progetto tecnico base della struttura di Rocca de' Baldi "ha preso vita" virtualmente, con la dotazione di accessori, componenti ed elementi ambientali specifici per un'area di sosta e fondamentali per la sua realizzazione. L'ausilio delle nuove tecnologie applicate al turismo ricreazionale permette di realizzare aree di sosta d'eccellenza, curando ogni step della progettazione a partire dalla definizione esatta dei costi di gestione e manutenzione dell'intera opera. Meritevole di menzione è inoltre l'adesione al programma "Una maglia per il cuore" organizzato dall'Associazione "Insieme per fare", ovvero una campagna nazionale di raccolta fondi (pubblici e privati) dove l'intero ammontare viene destinato all'acquisto di defibrillatori, altri strumenti medici o realizzazione di strutture idonee a rendere più sicura e fruibile la pratica delle attività all'aria aperta, sul territorio nazionale.



Tra le altre azioni poste in essere da APC a livello territoriale, si ricordano le numerose collaborazioni con importanti enti regionali e locali e le convenzioni sottoscritte con primarie realtà museali italiane per offrire sconti, ingressi dedicati, visite guidate e altre agevolazioni ai turisti in libertà. Tali accordi si collocano all'interno dell'iniziativa "APC Gold Card", creata per avvicinare ancora di più questa modalità turistica all'immenso patrimonio artistico-culturale italiano. Nel 2018 oltre 580 musei hanno aderito a questo progetto, mentre 1.276 utenti hanno richiesto l'emissione della carta.

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

Ulteriore elemento strategico del Piano Programmatico include le attività di lobbying parlamentare attraverso incontri e tavole rotonde organizzati negli anni da APC con Ministri, Senatori ed altri esponenti del Governo italiano per l'attuazione di una normativa a sostegno dell'industria del caravanning. Tra questi si segnalano le "Disposizioni in materia di turismo all'aria aperta" proposte dall'onorevole Arlotti, così come la presentazione alla Camera del disegno di legge C. 4444 di maggio, dell'emendamento 44.03, Art. 44-bis "Disposizioni in materia di incentivi alla rottamazione", nonché la richiesta di introduzione dell'Iva agevolata al 4% per l'acquisto di Veicoli Ricreazionali a favore di portatori di handicap.

Sul piano della comunicazione, APC ha condotto nella primavera del 2018 un'intensa campagna digitale e radiofonica con spot trasmessi sull'emittente RTL 102.5, la prima radio in Italia che si trasmette anche su PC, smartphone, tablet, tv satellitare e digitale, raggiungendo 37.485.000 contatti medi, mentre l'attività digital è stata svolta attraverso un mix di canali (banner e video su siti web, annunci sponsorizzati su Facebook e annunci sulla rete di ricerca di Google) per intercettare un vasto pubblico interessato al Turismo in Libertà e incentivare l'attivazione della Gold Card.

Complessivamente grazie a queste operazioni sono state raggiunte 75.292.476 visualizzazioni degli annunci pubblicitari e 496 mila clic sui formati pubblicitari.

Congiuntamente APC collabora con le più autorevoli riviste del settore come PleinAir e Camper Magazine per favorire la visibilità del comparto nelle testate di riferimento.

L'Associazione inoltre informa e interagisce con il proprio pubblico attraverso il sito Internet, i canali social e la newsletter mensile. Interamente rinnovato graficamente e nei contenuti nel 2016, il portale di APC fornisce attraverso le "news" tutte le ultime novità e gli aggiornamenti sul mondo del caravanning, nonché informazioni utili per associati, enti, istituzioni e privati, nelle varie sezioni "Associazione" (Come associarsi – Organigramma – Soci – Travel Outdoor Fest – Salone del Camper – Pubblicazioni), "Bandi di concorso" (Progetto aree di sosta – Le norme – Bando I Comuni del Turismo in Libertà), "Area Sosta" (Mappa aree di sosta – Guida alla progettazione – Le norme) e "Turisti in Libertà" (Vademecum uso camper – Turismo sostenibile – APC Gold Card).

Nel 2018 il sito ha registrato oltre 189 mila visitatori unici, con 352 mila pagine viste e un incremento del numero dei visitatori unici del 60% rispetto all'anno precedente, risultato straordinario ottenuto anche grazie alla massiccia campagna digitale e radiofonica attuata da APC. Il dialogo con il pubblico prosegue sulla pagina Facebook dell'Associazione (facebook.com/sceglilcamper) attiva dal 2013 con una fanbase di 3.400 contatti.

Mensilmente viene inoltre inviata l'APCNEWS ad un database di 27.260 contatti profilati, tra addetti ai lavori e amanti del Turismo in Libertà, con le ultime novità e notizie dell'Associazione. Rientra fra gli strumenti del Piano Programmatico, anche l'APC MONITOR, una piattaforma all'avanguardia che consente di elaborare dati statistici e analisi sull'andamento del mercato e dell'industria dei Veicoli Ricreazionali in Italia e in Europa. Istituito nel 2013 dalla collaborazione con l'allora Nagima Consulenza e Formazione (l'attuale società Ulisse), APC MONITOR fornisce la consultazione delle proprie ricerche ai soli Associati sul sito www.apcmonitor.it.

Alcune elaborazioni vengono infine inserite nel Rapporto Annuale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan di APC, tra cui i dati statistici di immatricolato e usato netto suddivisi per macro-aree italiane, Regioni e Province.

1.5 Il Salone del Camper

Il Salone del Camper, nato dalla partnership tra fiere di Parma e APC, è la più rilevante manifestazione del settore in Italia e la seconda in Europa a cui partecipano tutti i produttori europei di Veicoli Ricreazionali e le più famose aziende di componentistica, accessoristica e attrezzature per il campeggio. Appuntamento di riferimento per tutti gli amanti del Turismo in Libertà, il Salone conquista ogni anno sempre più appassionati e un pubblico nuovo che si avvicina a questa modalità di viaggio. La nona edizione del 2018, ha infatti visto la registrazione di ben 130.000 ingressi con 29.000 biglietti venduti online, e un gradimento generico dei visitatori passato dal 94,2% del 2016 al 98,5% dello scorso anno. Una grande affluenza da parte di un pubblico di qualità così come di un nuovo target: quello dei giovani. Il 33,3% dei visitatori ha dichiarato di aver partecipato per la prima volta al Salone, mentre 2 visitatori su 3 non frequentano altre fiere di settore oltre al Salone. Quanto alla provenienza, il 39,3% è giunto dalle regioni del Nord-Est mentre il 37,2% dal Nord-Ovest e un buon 20% dal Centro.

L'evento è stato seguitissimo anche online e sui social con 18.031 accessi al sito nel primo giorno di apertura, 45.000 download dalla app (sviluppata in collaborazione con la rivista Plein Air) e 40.904 follower sulla pagina Facebook del Salone. Inaugurato con la presenza del Ministro delle Politiche Agricole e del Turismo, Gian Marco Centinaio, il Salone del

Camper 2018 ha messo in mostra oltre 780 modelli da parte di più di 350 espositori negli 85.000 mq di area espositiva del polo fieristico.

Come ogni anno durante la 9 giorni, sono stati organizzati nelle diverse aree tematiche del polo espositivo, svariati, tavole rotonde, dibattiti e iniziative speciali, per un totale nell'edizione 2018 di 50 appuntamenti, tali da rendere il Salone del Camper come l'unica fiera d'Europa a proporre una visione olistica del turismo con un combinato virtuoso di destinazioni, cibo ed esplorazione del territorio.

Nella sezione "Percorsi e Mete" sono state presentate proposte di itinerari inediti, anche enogastronomici, e prodotti editoriali per organizzare al meglio la prossima vacanza a bordo di un Veicolo ricreazionale, mentre nell'area "Viaggi, Incontri & Racconti" sono intervenuti 14 scrittori, fotografi e giornalisti, testimoni di viaggi straordinari.

Il Salone è anche luogo di incontro e svago per le famiglie grazie all'area "Family & Fun" con percorsi in mountain bike, giochi gonfiabili e attività ludiche per tutti, completamente gratuiti, nonché punti informativi sui parchi avventura e naturali del territorio italiano. Grazie inoltre all'iniziativa "Tenda e tende", dove sono stati esposti i modelli più innovativi in termini di design, materiali e attrezzature per il campeggio, il pubblico anche più giovane ha potuto cimentarsi in diverse pratiche



sportive, nonché sperimentare una nuova frontiera del turismo all'aria aperta con l'allestimento di una casa sull'albero. Immane l'area per gli "Amici a 4 zampe": uno spazio esterno ai padiglioni con percorsi di mobility dog e altri servizi gratuiti ideati per la loro accoglienza in Fiera.

In linea con lo spirito green del Turismo in Libertà, anche il progetto di Fiere di Parma di allestire GEO, la "Green & Outdoor Area". Una superficie di sosta verde, esterna al quartiere, di oltre 100.000 mq con circa 3.300 posti auto e 80 posti camper, con un bosco planiziale, stepping stone e corridoi ecologici generati da filari e fasce arboree.

Per incentivare l'esperienza in camper, APC in collaborazione con Assocamp e Fiere di Parma ha sostenuto anche nel 2018 la campagna "Noleggio professionale" sicuro e garantito, mettendo a disposizione complessivamente 1.000 buoni sconto da 50 euro per il noleggio per un fine settimana, o da 100 euro per una settimana intera, da spendere presso i centri noleggio aderenti all'iniziativa e da utilizzare durante il Salone del Camper.

Tra i momenti istituzionali si è svolta come di consueto la premiazione da parte di APC dei 4 comuni vincitori del Bando "I Comuni del Turismo in Libertà": Calalzo di Cadore (BL) per la categoria Nord, Chianciano Terme (SI) per il Centro Italia, Francavilla Marittima (CS) per Sud e Isole e Lama dei Peligni (CH) per la categoria "Ristrutturazione

e implementazione", ai quali sono stati assegnati complessivamente 80 mila euro per la realizzazione di aree di sosta attrezzate. Inoltre è stata annunciata la presentazione del Rapporto Regionale su Turismo in Libertà, dedicato nel 2018 alla Regione Umbria.

Il prossimo appuntamento al Salone del Camper di Parma è in programma dal 14 al 22 settembre 2019.

1.6 Il Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà

APC cura annualmente la pubblicazione del Rapporto Nazionale sul Turismo in Libertà in Camper e in Caravan, un documento di fondamentale rilevanza che costituisce la più estesa e dettagliata guida sull'industria del caravanning e sul Turismo in Libertà in Italia e in Europa. Elaborato in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, il Rapporto fornisce accurate analisi sul mercato dei Veicoli Ricreazionali e sui flussi turistici con un focus su un argomento di particolare attualità, diverso ogni anno.

Per l'VIII edizione del Rapporto, il tema individuato riguarda l'applicazione delle nuove tecnologie per la realizzazione di aree di sosta attrezzate con un'analisi sul trend dell'eco-mobilità.

KEY POINTS

1. Con un fatturato annuo di oltre un miliardo di euro, l'Italia rientra tra i migliori produttori europei registrando 21.249 autocaravan prodotti nel 2018 e 6.135 nuovi immatricolati (+20,3% rispetto al 2017 e addirittura +78% rispetto al 2014).

2. Circa 8,7 milioni di turisti, tra stranieri e italiani, hanno visitato nel 2017 l'Italia a bordo dei Veicoli Ricreazionali, pari al 7,6% degli arrivi totali nella nostra Penisola, con un incremento del +4,3% rispetto al 2016.

3. Mission primaria di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, attiva ormai da oltre 40 anni per favorire la diffusione di una cultura del camper style, è l'adozione di misure volte a implementare questa filiera produttiva attraverso rapporti con le istituzioni, gli enti e le imprese sia a livello nazionale che internazionale.

4. Con 49 aziende associate, APC rappresenta i produttori italiani ed europei del settore, coinvolgendo oltre 7.000 persone, tra circa 2.000 dipendenti diretti in Italia e 5.000 addetti nell'intera filiera.

5. Anche per il 2018, APC ha attuato un intenso Piano Programmatico rivolto allo sviluppo del Turismo in Libertà attraverso le azioni del Marketing Team, quest'ultimo istituito nel 2014 unendo le professionalità degli esperti associati allo scopo di definire le linee strategiche per lo sviluppo del comparto.

6. Tra le misure più significative adottate da APC per il potenziamento delle strutture ricettive, il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" finalizzato a erogare contributi economici alle amministrazioni comunali per la realizzazione di aree di sosta per camper multifunzionali ed ecosostenibili. Grazie al finanziamento di APC, dal 2001 a oggi, sono state create 45 aree di sosta in 20 regioni italiane.

7. Di fondamentale importanza la continua attività di lobbying parlamentare attraverso incontri e tavole rotonde organizzati anche nel 2018 da APC con Ministri, Senatori ed altri esponenti del Governo italiano per l'attuazione di una normativa a sostegno dell'industria del caravanning.

8. Tra i principali strumenti del Piano Programmatico, l'APC MONITOR, l'innovativa piattaforma nata nel 2013 dalla collaborazione con Nagima Consulenza e Formazione (l'attuale società Ulisse) per monitorare l'andamento del mercato e dell'industria dei Veicoli Ricreazionali in Italia e in Europa.

9. Molteplici le partnership di APC a livello territoriale con diverse regioni italiane e importanti realtà museali. Tali accordi si collocano all'interno dell'iniziativa "APC Gold Card", creata per avvicinare ancora di più questa modalità turistica all'immenso patrimonio artistico-culturale italiano. Nel 2018 oltre 580 musei hanno aderito a questo progetto, mentre 1.276 utenti hanno richiesto l'emissione della carta.

10. Altra edizione straordinaria è quella del Salone del Camper 2018, promosso da APC insieme a Fiere di Parma, con oltre 130.000 ingressi e un gradimento generico dei visitatori passato dal 94,2% del 2016 al 98,5% dello scorso anno.

2.

IL MERCATO DEI VEICOLI RICREAZIONALI IN ITALIA E IN EUROPA



2.1 Il contesto socio-economico

Come abbiamo già segnalato nei precedenti Rapporti Nazionali sul Turismo in Libertà, il mercato dei Veicoli Ricreazionali, dopo un periodo di recessione in seguito alla crisi economica, ha invertito la marcia registrando negli ultimi anni numeri in continua crescita. Lo confermano i dati sulle immatricolazioni di autocaravan che riportano un trend positivo dopo il crollo del triennio 2013-2015. Grazie anche alle misure di stimolo poste in essere da APC per rilanciare il comparto, le immatricolazioni nel 2018 (6.135 unità) hanno registrato un +20,3% rispetto al 2017 (5.101 unità) e addirittura un +78% rispetto al 2014 (3.448 unità).

Trend in leggera crescita anche per il mercato delle caravan che ha chiuso il 2018 con 773 veicoli immatricolati contro i 764 del 2017 per una percentuale di incremento dell'1,2%.

Quanto alla produzione, seppur si sia riscontrata una lieve battuta d'arresto (-2,1%) rispetto al 2017 (corrispondente a 21.249 autocaravan prodotti nel 2018 contro i 21.712 del 2017), negli ultimi 7 anni i volumi hanno riportato un'impennata del +128,2%.

Mantengono invece le ottime performance già rilevate lo scorso anno, le esportazioni di autocaravan come si evince dal Grafico 2a (18.438 nel 2018 vs. 18.414 nel 2017), a conferma del continuo apprezzamento da parte del mercato estero della qualità produttiva del Made in Italy.

Soddisfacente anche l'andamento delle vendite in

Italia che riporta un balzo in avanti con +7,4% rispetto al 2017 (3.391 unità vendute in Italia nel 2018 contro le 3.156 dell'anno precedente e alle 1.924 del 2014).

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

Gli incoraggianti risultati del comparto, riportano l'industria italiana del caravanning sul podio tra i big d'Europa.

Come si evince dalla Tabella 2a dopo un promettente 2017, anche il 2018 ha chiuso con numeri in rialzo: il mercato del nuovo ha totalizzato 6.135 unità (+20,3% vs. 2017) mentre il mercato dell'usato reale (trasferimenti di proprietà netti, senza le minivolture) 27.838 (-2,4% vs. 2017, erano 28.533). Nel totale i movimenti sono stati 33.973 contro 33.634 del 2017 (+1,0%).

Analizzando il panorama europeo (Grafico 2b), si consolida il trend dello scorso anno registrando un netto incremento delle immatricolazioni di autocaravan rispetto a quelle delle caravan: ben 124.996 autocaravan immatricolati nel 2018 pari al +12,8% rispetto all'anno precedente (110.769 unità nel 2017) e 77.691 caravan immatricolate nel 2018, -1,7% rispetto al 2017 (79.038 unità).



PRODUZIONE
VENDITA ESTERO
VENDITA ITALIA

Grafico 2a. Produzione / Vendite estero e Italia autocaravan 2012-2018

AUTOCARAVAN	VOLUMI			VARIAZIONI %	
	2016	2017	2018	17/16	18/17
NUOVE IMMATICOLAZIONI	4.263	5.101	6.135	19,6	20,3
TRASFERIMENTI NETTI DI PROPRIETÀ	30.221	28.533	27.838	(-5,6)	(-2,4)
TOTALE NUOVO + USATO	34.484	33.634	33.973	(-2,5)	1,0
CARAVAN					
NUOVE IMMATICOLAZIONI	745	764	773	2,5	1,2

Tabella 2a.

Italia - Mercato autocaravan e caravan trend 2016-2018

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

Entrando nello specifico (Tabella 2c), Germania, Francia e Regno Unito salgono anche nel 2018 sul podio delle nazioni con il maggior numero d'immatricolazioni di autocaravan, rispettivamente con 46.859 (+15,5% vs. 2017), 23.878 (+11,9% vs. 2017) e 14.634 veicoli (+4,1% vs. 2017), seguite da Svezia 7.218 (+12,7%), Italia 6.135 (+20,3%), Spagna 4.857 (+22,9%) e Belgio 4.613 (+12,2%).

Per quanto riguarda le caravan, la Germania incalza il Regno Unito (21.184) e conquista nel 2018 la prima posizione con 24.327 unità immatricolate (+7,2% vs. 2017), seguiti da Francia (8.124), Paesi Bassi (6.628) e Svezia (3.349).

L'Italia rimane invece anche nel 2018 al tredicesimo posto con 773 caravan immatricolate (+1,2% vs. 2017), preceduta da Paesi con una maggiore propensione verso questa tipologia di vacanza, tra cui Spagna, Austria, Svizzera, Belgio, Danimarca e Norvegia.

In crescita anche il noleggio dei nuovi autocaravan come evidenziato nella Tabella 2d, con oltre 740 veicoli noleggiati nel 2018.

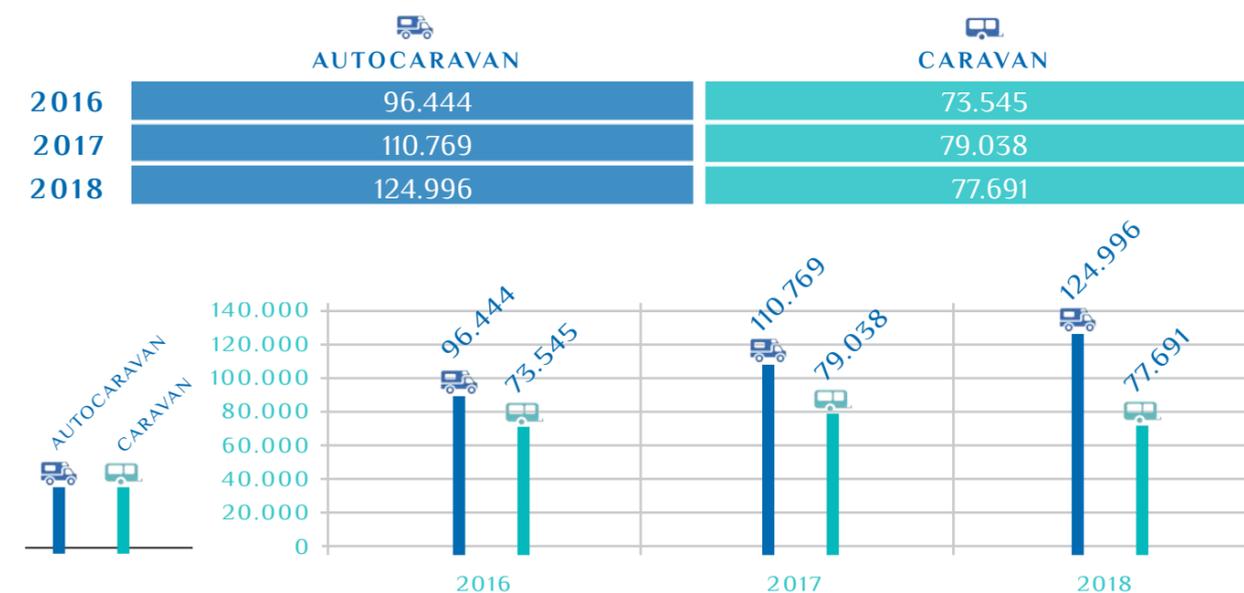


Tabella 2b e Grafico 2b.

Europa - Immatricolazioni Veicoli Ricreazionali 2016-2018

Elaborazione APC su dati ECF - European Caravan Federation

2.3 Il parco circolante in Italia

In base ai dati forniti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, a partire dal 1992 e fino al 31 dicembre 2018, nel nostro Paese circolano 230.629 autocaravan e 64.375 caravan.

Tuttavia, come risulta dal Grafico 2c, il reparto autocaravan continua ad “invecchiare” con oltre il 74% dei mezzi circolanti immatricolato da oltre 10 anni (171.469 autocaravan), di cui il 24% presenta addirittura un’anzianità superiore ai vent’anni (40.395 autocaravan). Se si aggiunge che il parco circolante “Euro 0”, “Euro 1” e “Euro 2” in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 2001, è pari a 71.104 unità, corrispondenti al 31% dei camper

in circolazione (il parco circolante “Euro 0”, “Euro 1”, “Euro 2” e “Euro 3” in Italia, comprendente veicoli immatricolati fino al 2005 è pari a ben 127.828 unità, cioè il 55% dei camper che circolano nel nostro Paese), si evince l’importanza di una proposta di rottamazione finanziata dal Parlamento per incentivare la dismissione dei vecchi veicoli.

Misura di fondamentale rilevanza, non solo per favorire la demolizione di autocaravan più inquinanti a vantaggio di una maggiore efficienza e sostenibilità, ma anche per sostenere un comparto che garantisce comunque all’Italia, lo ricordiamo, un fatturato annuo oltre un miliardo di euro.

PAESE	AUTOCARAVAN			CARAVAN		
	2017	2018	VAR. %	2017	2018	VAR. %
AUSTRIA	1.230	1.480	+20,3	940	956	+1,7
BELGIO	4.110	4.613	+12,2	1.157	1.177	+1,7
DANIMARCA	347	592	+70,6	2.322	2.358	+1,6
FINLANDIA	1.390	1.573	+13,2	652	681	+4,4
FRANCIA	21.333	23.878	+11,9	8.128	8.124	0,0
GERMANIA	40.568	46.859	+15,5	22.702	24.327	+7,2
ITALIA	5.101	6.135	+ 20,3	764	773	+1,2
PAESI BASSI	1.751	1.998	+14,1	6.716	6.628	-1,3
NORVEGIA	3.630	4.166	+14,8	2.883	2.779	-3,6
PORTOGALLO	219	256	+16,9	76	57	-25,0
SLOVENIA	230	278	+20,9	105	141	+34,3
SPAGNA	3.953	4.857	+22,9	1.767	1.829	+3,5
SVEZIA	6.405	7.218	+12,7	3.440	3.349	-2,6
SVIZZERA	4.516	4.471	-1,0	1.637	1.633	-0,2
REGNO UNITO	14.062	14.634	+4,1	24.033	21.184	-11,9
ALTRI PAESI	1.924	1.988	+3,3	1.716	1.695	-1,2
TOTALE	110.769	124.996	+12,8	79.038	77.691	-1,7

Tabella 2c. Europa - Immatricolazioni Veicoli Ricreazionali per Paese 2017-2018

Elaborazione APC su dati ECF – European Caravan Federation

	2016	2017	2018
NOLEGGIO	657	745	743
% NOLEGGIO / IMMATRICOLATO	15,5	14,6	12,1

Tabella 2d. Italia - Immatricolazioni autocaravan destinate al noleggio 2016-2018



PARCO CIRCOLANTE AUTOCARAVAN AL 31.12.2018: | 230.629 |

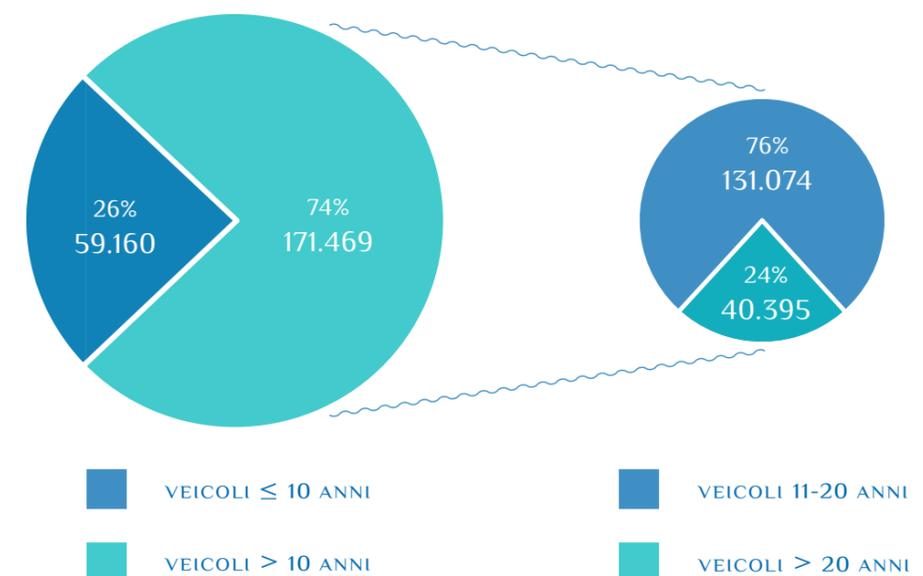


Grafico 2c. La composizione del parco circolante autocaravan in Italia

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

2.4 Le immatricolazioni di autocaravan e di caravan nelle Regioni italiane

Analizzando i dati delle immatricolazioni di Veicoli Ricreazionali nelle singole Regioni italiane (Tabella 2e), il Nord Italia si conferma il principale bacino d'utenza del settore con il 62,6% del totale del mercato, ovvero nuove immatricolazioni più trasferimenti netti di proprietà, per quanto riguarda il comparto degli autocaravan e il 57,3% per il mercato delle caravan. Nello specifico il Nord-Ovest (Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta) registra ben 2.488 autocaravan nuovi (+20,5% vs. 2017) con la Lombardia in pole position per numero di immatricolazioni (1.407 unità +19,1% vs. 2017), mentre è il Piemonte la Regione con il maggior incremento percentuale (+27,1% vs. 2017). Il Nord-Est (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto) ha immatricolato 2.137 veicoli nuovi (+14,1% vs. 2017) e 7.773 veicoli usati (+0,2% vs. 2017) mentre il Veneto detiene il primato sia delle nuove immatricolazioni (830; +21,9% vs. 2017) che dell'usato (3.371 con un +4,7% vs. 2017). L'area Centro (Abruzzo, Lazio, Marche, Toscana, Umbria) ha registrato 1.077 nuove immatricolazioni (+26,6% vs. 2017) contro 6.808 veicoli usati (-5,6%

vs. 2017). A livello regionale la Toscana ha realizzato il primato delle nuove immatricolazioni (496) con un incremento del 40,9% sul 2017. E' invece l'Abruzzo a far registrare contemporaneamente, sia la miglior performance per il nuovo (+48,7% vs. 2017) che la peggiore per l'usato (-20,7% vs. 2017).

Il Sud (Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia) ha immatricolato 233 veicoli nuovi (+57,4% vs. 2017) e 2.266 veicoli usati (-3,6% vs. 2017), complessivamente 2.499 movimenti.

Da sottolineare in quest'area l'aumento nel 2018 della quota sul totale Italia del nuovo con il 3,8% (vs. 2,9% del 2017), mentre si riduce lievemente nell'usato con l'8,1% (era l'8,2% nel 2017). Il primato delle nuove immatricolazioni se lo contendono sia la Campania con 103 (+80,7% vs. 2017) che la Puglia con 93 (+45,3% vs. 2017), mentre si rileva un'interessante vivacità del mercato in Basilicata dove sia nuovo che usato fanno registrare, rispettivamente, +75,0% e -9,1%. Le Isole hanno totalizzato 200 veicoli nuovi (+12,4% vs. 2017) e 2.125 veicoli usati (-3,2% vs. 2017) con la Sicilia decisamente in testa per numero di nuove immatricolazioni: 154, (+25,2% vs. 2017), contro le 46 della Sardegna (+9,5% vs. 2017).



REGIONI	AUTOCARAVAN				RAPPORTO USATO / NUOVO		
	NUOVI	%	USATI	%	TOTALE	%	
PIEMONTE	901	14,9	3.633	13,0	4.534	13,3	4,0
VALLE D'AOSTA	31	0,5	81	0,3	112	0,3	2,6
LIGURIA	149	2,4	647	2,3	796	2,3	4,3
LOMBARDIA	1.407	22,9	4.505	16,2	5.912	17,4	3,2
VENETO	830	13,5	3.371	12,1	4.201	12,4	4,1
TRENTINO A. A.	318	5,2	873	3,1	1.191	3,5	2,7
FRIULI V.G.	191	3,1	757	2,7	948	2,8	4,0
EMILIA ROMAGNA	798	13,0	2.772	9,9	3.579	10,5	3,5
TOSCANA	496	8,1	2.315	8,3	2.811	8,3	4,7
MARCHE	138	2,2	1.026	3,7	1.164	3,4	7,4
UMBRIA	75	1,2	594	2,1	669	2,0	7,9
LAZIO	310	5,0	2.420	8,7	2.730	8,0	7,8
ABRUZZO	58	0,9	453	1,6	511	1,5	7,8
MOLISE	9	0,1	94	0,3	103	0,3	10,4
CAMPANIA	103	1,7	978	3,5	1.081	3,2	9,5
BASILICATA	14	0,2	140	0,5	154	0,4	10,0
PUGLIA	93	1,5	851	3,1	938	2,8	9,1
CALABRIA	14	0,2	203	0,7	217	0,6	14,5
SICILIA	154	2,5	1.415	5,1	1.569	4,6	9,2
SARDEGNA	46	0,7	710	2,5	756	2,2	15,4
TOTALE	6.135	100	27.838	100	33.973	100	4,5

REGIONI	CARAVAN				RAPPORTO USATO / NUOVO		
	NUOVI	%	USATI	%	TOTALE	%	
PIEMONTE	99	12,8	1.026	10,7	1.125	10,8	10,4
VALLE D'AOSTA	0	0,0	29	0,3	29	0,3	-
LIGURIA	15	1,9	185	1,9	200	1,9	12,3
LOMBARDIA	225	29,1	1.530	15,9	1.755	16,9	6,8
VENETO	89	11,5	1.239	12,9	1.328	12,8	13,9
TRENTINO A. A.	50	6,5	223	2,3	273	2,6	4,5
FRIULI V.G.	16	2,1	203	2,1	219	2,1	12,7
EMILIA ROMAGNA	79	10,2	952	9,9	1.031	9,9	12,1
TOSCANA	52	6,7	956	9,9	1.008	9,7	18,4
MARCHE	14	1,7	476	4,9	490	4,5	31,6
UMBRIA	15	1,9	253	2,6	268	2,6	16,9
LAZIO	43	5,6	770	8,0	813	7,8	17,9
ABRUZZO	2	0,3	186	1,9	188	1,8	93,0
MOLISE	1	0,1	40	0,4	41	0,4	40,0
CAMPANIA	34	4,4	615	6,4	649	6,2	18,1
BASILICATA	0	0,0	45	0,5	45	0,4	-
PUGLIA	17	2,2	447	4,6	464	4,5	26,3
CALABRIA	0	0,0	60	0,6	60	0,6	-
SICILIA	16	2,1	273	2,8	289	2,8	17,1
SARDEGNA	6	0,4	208	2,1	214	1,7	69,3
TOTALE	773	100	9.618	100	10.391	100	12,4

Tabella 2e. Italia - Veicoli Ricreazionali Nuove immatricolazioni e trasferimenti di proprietà netti per Regione nel 2018

KEY POINTS

1. Continua la crescita dell'industria del caravanning con 6.135 autocaravan immatricolati in Italia nel 2018, con una variazione percentuale di incremento del 20,3% rispetto all'anno precedente.

2. In calo anche lo scorso anno i trasferimenti netti di proprietà (27.838 nel 2018 -2,4% vs. 2017, erano 28.533) per un totale nuovo + usato di 33.973 unità.

3. Trend in crescita anche per il mercato delle caravan che chiude il 2018 con numeri in ascesa: 773 veicoli immatricolati contro i 764 del 2017 per una percentuale di incremento del 1,2%.

4. A livello regionale, il Nord Italia si conferma il principale bacino d'utenza del settore con il 62,6% del totale del mercato, nuove immatricolazioni più trasferimenti netti di proprietà, per quanto riguarda il comparto degli autocaravan e 57,3% per il mercato delle caravan.

5. La macro-area centrale della Penisola contribuisce al 23,2% del mercato nuovo e usato degli autocaravan e al 29,9% delle caravan, con un rapporto usato/nuovo superiore rispetto al Nord. Nelle macro-aree Sud e Isole, si registra una crescita dell'16,6% del nuovo più usato per le caravan, mentre del 14,1% per gli autocaravan.

6. Mantengono ottime performance le esportazioni di autocaravan passate da 12.912 unità nel 2016 a ben 18.438 nel 2018, a testimonianza dell'indiscussa eccellenza creativa e qualitativa della produzione italiana di Veicoli Ricreazionali.

7. In aumento anche il noleggio dei nuovi autocaravan con oltre 740 veicoli noleggiati nel 2018.

8. Anche a livello europeo si registra un netto incremento delle immatricolazioni di autocaravan: ben 124.996 veicoli immatricolati nel 2018 pari a +12,8% rispetto all'anno precedente. Trend leggermente negativo per le caravan con 77.691 unità immatricolate nel 2018 (-1,7% vs. 2017 con 79.038 unità).

9. Germania, Francia e Regno Unito si confermano anche nel 2018 le nazioni con il maggior numero d'immatricolazioni di autocaravan, rispettivamente con 46.859 (+15,5% vs 2017), 23.878 (+11,9% vs. 2017) e 14.634 veicoli (+4,1% vs. 2017), seguite da Svezia 7.218 (+12,7%), Italia 6.135 (+20,3%).

10. Secondo i dati forniti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti in Italia a fine 2018 circolano 230.629 autocaravan e 64.375 caravan. Tuttavia, quasi il 70% di autocaravan circolanti risulta immatricolato da oltre 10 anni, di cui ben il 20% presenta un'anzianità addirittura superiore ai vent'anni.

3.

AUTOCARAVAN:
NUOVO E USATO
ANALISI
DEMOGRAFICA

3.1 I dati quantitativi: nuove immatricolazioni autocaravan

Come evidenziato nel secondo Capitolo, il settore dei Veicoli ricreazionali è in costante ripresa e i numeri del mercato del nuovo segnano un ulteriore record con 6.100 unità immatricolate nel 2018 (+20,3% rispetto al 2017) per un fatturato totale di oltre un miliardo di euro.

Esaminando i dati in base alla commercializzazione per macro-aree geografiche (Tabella 3a), le Regioni del Nord Italia continuano a detenere la maggioranza del mercato con il 75,4% delle immatricolazioni totali, mentre sia il Centro che il Sud e le Isole incrementano le rispettive posizioni. Entrando nel dettaglio, il Nord-Ovest registra ben 2.488 veicoli nuovi (+20,5% vs. 2017), mentre il Nord-Est totalizza 2.137 unità (+14,1% vs. 2017). Il Centro chiude il 2018 con 1.077 nuove immatricolazioni (+26,6% vs. 2017) e ancora più significativa la crescita del Sud con 233 veicoli +57,4% rispetto all'anno precedente, mentre le Isole totalizzano un +21,2% con 200 unità.

Analizzando i valori nelle singole Regioni, a Nord-Ovest, è sempre la Lombardia in pole position per

numero di immatricolazioni con 1.407 unità (+19,1% vs. 2017), mentre il Piemonte (901 veicoli) registra il maggior incremento percentuale (+27,1% vs. 2017). Nel Nord-Est è il Veneto la Regione con il primato sia delle nuove immatricolazioni sia del maggiore incremento (830 unità; + 21,9% sul 2017), seguita dall'Emilia Romagna con 798 unità (+9,2% vs. 2017). Il Centro è trainato dalle performance della Toscana (496 unità; +40,9% vs. 2017) e Lazio (310 unità; +15,2%), mentre è l'Abruzzo a far registrare il maggior incremento con +48,7% rispetto al 2017.

Al Sud, Campania e Puglia ottengono i risultati migliori con rispettivamente 103 (+80,7%) e 93 unità (+45,3%), mentre nelle Isole la Sicilia fa ancora meglio con 154 nuove immatricolazioni (+25,2%). Per quanto riguarda, invece, l'andamento delle immatricolazioni in base ai diversi periodi dell'anno, il mercato dei Veicoli Ricreazionali (Grafico 3a), registra dei picchi di stagionalità, mediamente in tutte le macro-aree geografiche, fra i mesi di marzo e luglio, per poi subire una flessione nel periodo invernale.

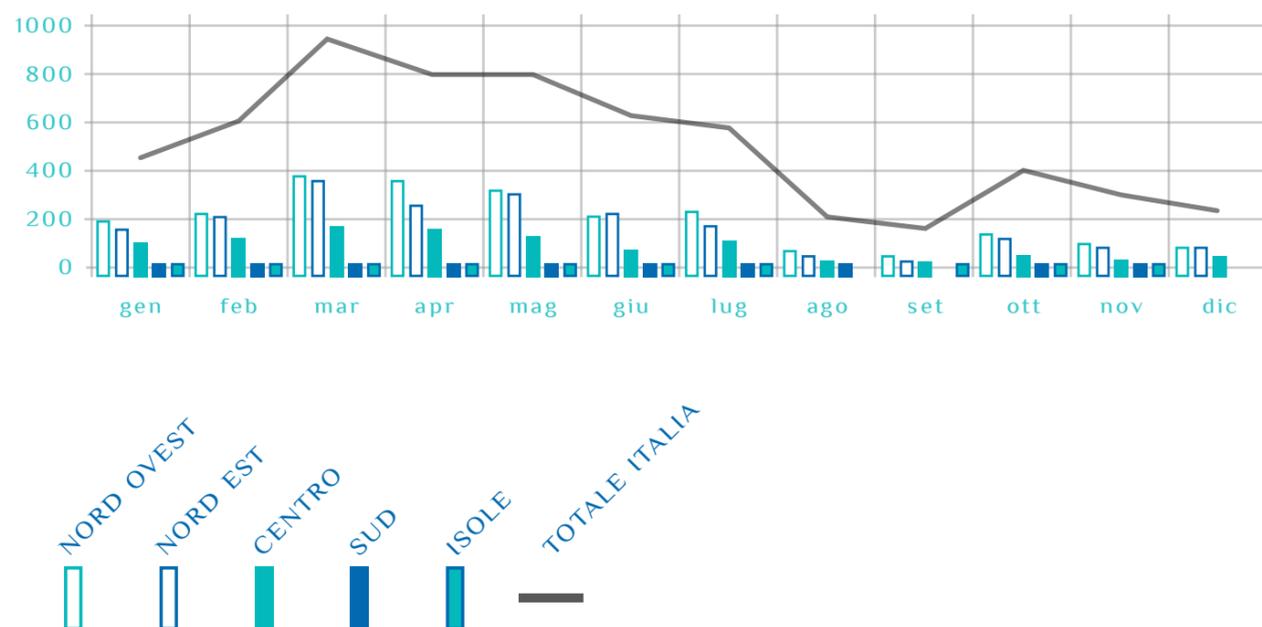


Grafico 3a.
Italia - Immatricolazioni autocaravan 2018 per Area



AREA	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD	ISOLE	TOTALE
GENNAIO	193	148	89	23	22	475
FEBBRAIO	234	209	111	23	22	599
MARZO	377	349	161	29	17	933
APRILE	351	261	156	23	21	812
MAGGIO	328	298	132	26	23	807
GIUGNO	233	240	102	28	25	628
LUGLIO	245	176	104	19	21	565
AGOSTO	82	68	31	11	7	199
SETTEMBRE	70	49	25	5	11	160
OTTOBRE	165	130	64	19	16	394
NOVEMBRE	116	114	54	19	10	313
DICEMBRE	94	95	48	8	5	250
NUOVO 2018	40,6%	34,8%	17,6%	3,8%	3,3%	100,0%
	2.488	2.137	1.077	233	200	6.135

Tabella 3a.
Italia - Immatricolazioni autocaravan 2018 per Area
Stime APC su dati APC Monitor Report Annuale gennaio-dicembre 2018
immatricolazioni autocaravan Italia per Area

3.2 I dati quantitativi: compravendita autocaravan usati

Anche nel 2018 il mercato dell'usato, procede con un andamento in lieve decrescita riportando 27.838 trasferimenti netti di proprietà pari a -2,4% rispetto all'anno precedente, per un rapporto usato reale/nuovo di 4,5, ovvero 45 camper usati ogni 10 nuovi camper immatricolati (mentre era 5,6 nel 2017).

Nel Nord-Ovest, i volumi si mantengono sui parametri del 2017, con una minima diminuzione (8.866; -1,6%). Al contrario il Nord-Est mostra un piccolo aumento con 7.773 unità (+0,2% vs. 2017), mentre il Centro continua a registrare un ulteriore calo come nel 2017 rispetto all'anno precedente, con 6.808 trasferimenti (-5,6%). Stesso andamento con segno negativo anche per il Sud (2.266 veicoli usati; -3,6% vs. 2017) e le Isole (2.125 unità; -3,2%).

A livello regionale, nell'area Nord-Ovest la Lombardia conclude il maggior numero di passaggi di proprietà (4.505 unità; +0,3% rispetto al 2017),

seguita dal Piemonte (3.633 unità; -3,9% vs. 2017). Nel Nord-Est solamente il Veneto (3.371; +4,7%) incrementa la propria quota di mercato dell'usato, mentre tutte le altre Regioni di quest'area sono in calo. Stesso scenario al Centro con la Toscana in aumento (2.315; +2,3%) e tutte le altre Regioni in recessione con la punta più negativa rappresentata dall'Abruzzo (453 unità -20,7% rispetto al 2017). Anche nel Sud e Isole tutte le Regioni registrano una defezione tranne la Sicilia che detiene il primato nel mercato dell'usato con 1.415 passaggi di proprietà (+3,8%).

Da sottolineare il più alto rapporto tra usato e nuovo rispetto alla media nazionale che si evince in Sardegna e Calabria rispettivamente pari a 15,4 e 14,5. Al pari del mercato del nuovo, anche l'usato si caratterizza per una certa stagionalità con risultati più importanti nei mesi primaverili.

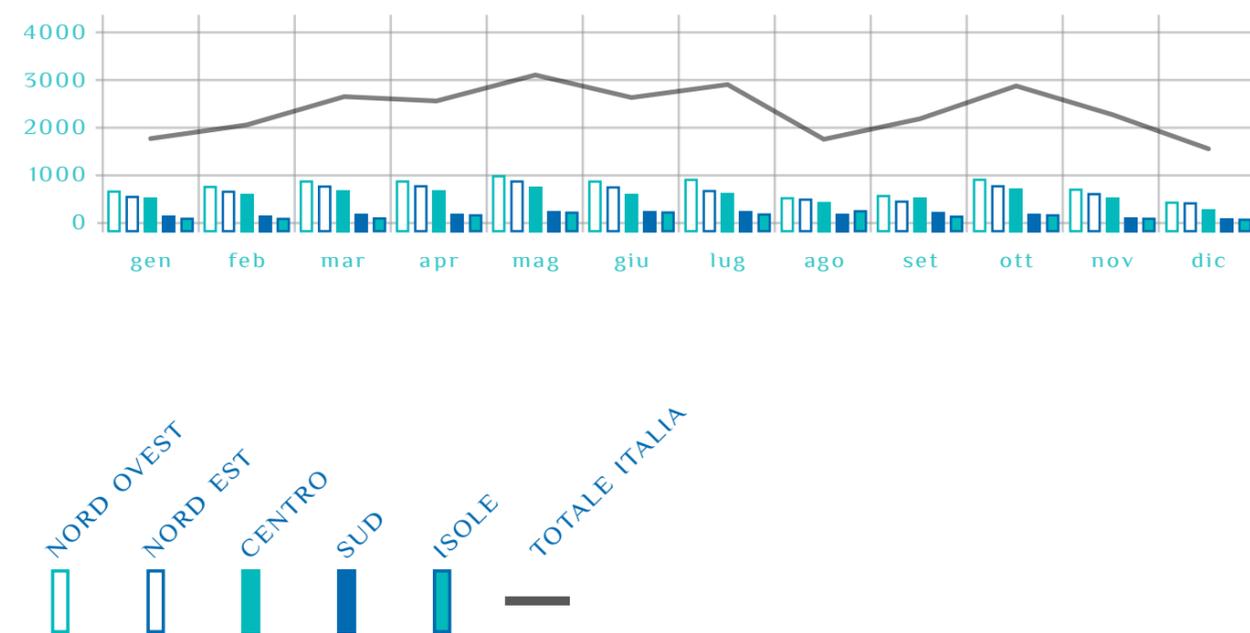


Grafico 3b.
Italia - Compravendita autocaravan 2018 per Area - Usato Netto



AREA	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD	ISOLE	TOTALE
GENNAIO	510	494	427	146	136	1.713
FEBBRAIO	660	602	457	171	129	2.019
MARZO	827	746	603	211	175	2.562
APRILE	786	711	632	206	197	2.532
MAGGIO	990	825	773	253	244	3.085
GIUGNO	888	714	618	202	207	2.629
LUGLIO	915	752	713	241	211	2.832
AGOSTO	512	481	449	141	187	1.770
SETTEMBRE	673	554	589	192	168	2.176
OTTOBRE	947	795	699	215	182	2.838
NOVEMBRE	687	636	491	168	152	2.134
DICEMBRE	471	463	357	120	137	1.548
USATO 2018	8.866	7.773	6.808	2.266	2.125	27.838

Tabella 3b.
Italia - Compravendita autocaravan 2018 per Area - Usato Netto

Stime APC su dati APC Monitor Report Annuale gennaio-dicembre 2018
compravendita autocaravan Italia per Area - Usato Netto

3.3 Analisi demografica: nuovo ⁽¹⁾

Per comprendere il potenziale di questo settore e il reale grado di penetrazione nell'economia del Paese, è necessario confrontare i dati delle vendite (in %) con il peso della popolazione residente in ogni Regione in base ai dati ISTAT nel 2018 rispetto al territorio nazionale.

Come risulta dal Grafico 3c, anche nel 2018 la Lombardia la fa da padrone con il 22,9% delle immatricolazioni rispetto ad una popolazione pari al 16,6% di quella nazionale. Tuttavia, in base al numero di residenti, altre Regioni performano meglio, tra cui il Piemonte e l'Emilia Romagna che raddoppiano la loro rappresentatività nel mercato con rispettivamente il 14,7% e il 13,0% di immatricolazioni a fronte di un numero di abitanti pari al 7,2% e 7,4% rispetto al totale del Paese.

Risultati simili anche per il Veneto (13,5% delle compravendite su 8,1% di popolazione), mentre il Trentino Alto Adige, proporzionalmente, si pone in testa a questa speciale graduatoria con l'1,8% dei residenti e oltre il 5,2% di transazioni concluse nel 2018.

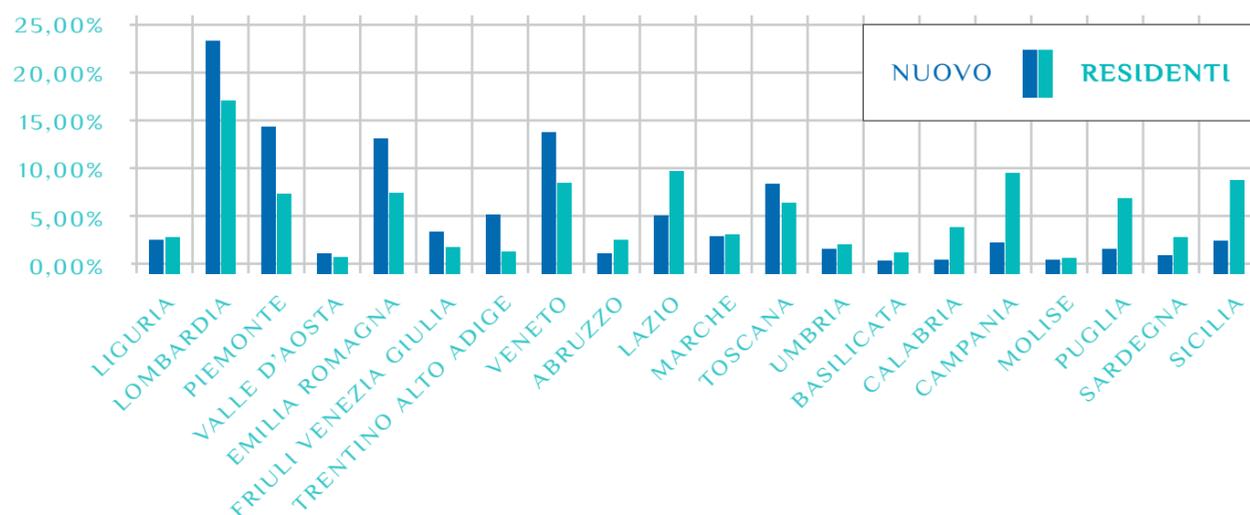


Grafico 3c.
Rapporto tra totale immatricolazioni autocaravan e popolazione residente in ciascuna Regione

NOTA METODOLOGICA (1): Fatto 100 il mercato e il totale della popolazione si confrontano i risultati per ogni Regione e se ne valuta la rappresentatività (es. Lazio: popolazione residente 9,7% su totale Italia, nuove immatricolazioni 5,1% su totale Italia, ne risulta che residenti in tale Regione sono sotto-rappresentati nella compravendita delle autocaravan).

3.4 Analisi demografica: usato ⁽²⁾

Applicando la stessa metodologia al mercato dell'usato, non si riscontrano variazioni particolari tra le varie Regioni in termini di compravendite in rapporto alla popolazione residente.

Al Nord (Grafico 3d) è sempre la Lombardia al primo posto con una percentuale di compravendite pari al 16,2% sulla popolazione, corrispondente al 16,6% del totale, seguita da Piemonte con 13,1% dei trasferimenti netti di proprietà a fronte del 7,2% di residenti che stacca di pochissimo l'Emilia Romagna e il Veneto, entrambi con il 12,1% delle compravendite, su una popolazione rispettivamente del 7,4% e 8,1% del totale. Posizione di rilievo anche per il Trentino Alto Adige con il 3,1% dei contratti rispetto all'1,8% della popolazione.

Nella macro-area centrale, primeggiano il Lazio (8,7% delle compravendite a fronte di una base residente pari al 9,7%), la Toscana con l'8,3% delle transazioni sul 6,2% di popolazione residente rispetto al totale e le Marche con ben il 3,7% su un totale abitanti di appena il 2,5% rispetto al nazionale.

Per quanto riguarda il Sud e le Isole, Sicilia e Campania occupano le prime posizioni con rispettivamente il 5,1% di compravendite rispetto all'8,3% della popolazione e 3,5% di compravendite contro una popolazione del 9,6%.

Seguono lo stesso trend anche la Puglia (3,1% usato su 6,7% residenti) e la Sardegna (2,6% usato su 2,7% residenti).

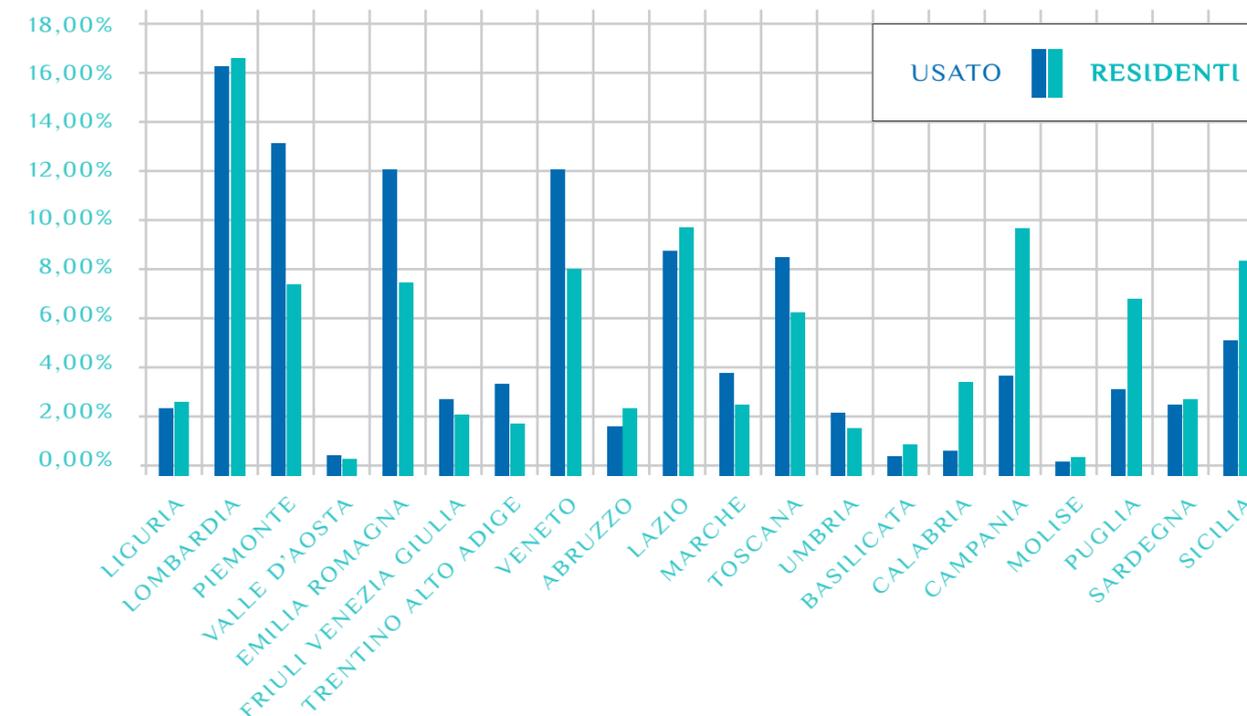


Grafico 3d.
Rapporto tra totale compravendita autocaravan e popolazione residente in ciascuna Regione

NOTA METODOLOGICA (2): Fatto 100 il mercato e il totale della popolazione si confrontano i risultati per Regione e se ne valuta la rappresentatività. (es. Campania: popolazione residente 9,6% sul totale Italia, compravendite 3,5% su totale Italia, ne risulta che residenti in tale Regione sono sotto-rappresentati nella compravendita delle autocaravan).

1. Nel 2018 sono ancora le Regioni del Nord Italia a detenere la maggioranza del mercato dei Veicoli Ricreazionali con il 75,4% delle immatricolazioni totali. Nello specifico il Nord-Ovest registra ben 2.488 veicoli nuovi (+20,5% vs. 2017), mentre il Nord-Est totalizza 2.137 unità (+14,1% vs. 2017).

2. In crescita l'area Centro che chiude il 2018 con 1.077 nuove immatricolazioni (+26,6% vs. 2017) trainata dalle performance della Toscana (496 unità; +40,9% vs. 2017) e Lazio (310 unità; +15,2%), mentre è l'Abruzzo a far registrare il maggior incremento con +48,7% rispetto al 2017.

3. Ancora più significativa la crescita del Sud con 233 veicoli +57,4% rispetto all'anno precedente, mentre le Isole totalizzano un +21,2% con 200 unità. A livello regionale, Campania e Puglia ottengono i risultati migliori con rispettivamente 103 (+80,7%) e 93 unità (45,3%), mentre nelle Isole la Sicilia fa ancora meglio con 154 nuove immatricolazioni (+25,2%).

4. Per quanto riguarda il mercato dell'usato, anche nel 2018 si registra un andamento in lieve decrescita riportando 27.838 trasferimenti netti di proprietà pari a -2,4% rispetto all'anno precedente, per un rapporto usato reale/nuovo di 4,5, ovvero 45 camper usati ogni 10 nuovi camper immatricolati (mentre era 5,6 nel 2017).

5. Nel Nord-Ovest, i volumi si mantengono sui parametri del 2017, con una minima diminuzione (8.866 -1,6%). La Lombardia conclude il maggior numero di passaggi di proprietà (4.505 unità; +0,3% rispetto al 2017), seguita dal Piemonte (3.633 unità; -3,9% vs. 2017). Al contrario il Nord-Est mostra un piccolo aumento con 7.773 unità (+0,2% vs. 2017) dove solamente il Veneto (3.371; + 4,7%) incrementa la propria quota di mercato dell'usato, mentre tutte le altre Regioni di quest'area sono in calo.

6. Il Centro continua a registrare un ulteriore calo come nel 2017 rispetto all'anno precedente, con 6.808 trasferimenti (-5,6%) con solo la Toscana in aumento (2.315; +2,3%) e tutte le altre Regioni in recessione. Stesso andamento con segno negativo anche per il Sud (2.266 veicoli usati; -3,6% vs. 2017) e le Isole (2.125 unità -3,2%) dove in tutte le Regioni registrano una defezione tranne la Sicilia che detiene il primato nel mercato dell'usato con 1.415 passaggi di proprietà (+3,8%).

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

8. Dall'analisi tra i risultati delle nuove immatricolazioni e del mercato dell'usato in rapporto alla base residente in ciascuna Regione secondo i dati ISTAT del 2018, emergono le aree più sensibili al Turismo in Libertà.

9. Al vertice di questa speciale graduatoria si piazza il Trentino Alto Adige con l'1,8% dei residenti e oltre il 5,2% di transazioni concluse nel 2018, mentre al Centro, la Toscana riporta i migliori risultati con l'8,1% delle nuove immatricolazioni concluse dal 6,2% dei residenti sul totale della popolazione Italiana. Mentre al Sud e Isole la Sicilia mostra il quadro più ottimale, con il 2,5% dei contratti rispetto all'8,3% di residenti sulla popolazione generale.

10. Applicando la stessa metodologia al mercato dell'usato, non si riscontrano variazioni particolari tra le varie Regioni. Al Nord spicca il Piemonte con 13,1% dei trasferimenti netti di proprietà a fronte del 7,2% di residenti, al Centro il Lazio (8,7% delle compravendite a fronte di una base residente pari al 9,7%) mentre al Sud e le Isole, Sicilia e Campania occupano le prime posizioni con rispettivamente il 5,1% di compravendite rispetto all'8,3% della popolazione e 3,5% di compravendite contro una popolazione del 9,6%.

4.

IL TURISMO
IN LIBERTÀ
IN EUROPA
E IN ITALIA

4.1 Il Turismo in Libertà nei principali Paesi europei

Quadro generale

Il Turismo in Libertà si conferma una risorsa primaria per il continente europeo. Secondo gli ultimi dati pubblicati da Eurostat, nel 2017 il 9,3% dei turisti in viaggio in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta per caravan, camper e tende, sia all'interno del proprio Paese che all'estero per un totale di circa 88 milioni di arrivi, su circa 952 milioni di arrivi totali nell'area. I pernottamenti sono stati oltre 395 milioni su quasi 2,9 miliardi di notti totali trascorse dai turisti in Europa (pari a un'incidenza del 13,8%), a fronte di una permanenza media di 4,5 notti. Rispetto agli anni precedenti, nel 2017 l'andamento del Turismo in Libertà è stato più positivo di quello del turismo totale in Europa, sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze. Nel dettaglio, tra il 2016 e il 2017, gli arrivi e i pernottamenti in campeggi e aree di sosta sono cresciuti, rispettivamente, del +5% e del +4,8%, contro +4,5% e +3,9% per il turismo complessivo all'interno dell'area europea.

Francia, Regno Unito, Germania, Italia, Spagna e

Svezia confermano ancora una volta il loro ruolo di Paesi privilegiati per il Turismo in Libertà, considerando sia i residenti all'interno di ciascuna nazione che i turisti provenienti dall'estero.

Questi Paesi concentrano, infatti, 72 milioni di arrivi in campeggi e aree di sosta, pari al 76% degli arrivi totali in libertà in Europa, con un aumento del +5,5% rispetto al 2016. Seguono Norvegia, Olanda, Croazia, Portogallo, Austria, Danimarca e Repubblica Ceca.

Complessivamente, le prime 10 destinazioni rappresentano quasi il 90% degli arrivi totali per Turismo in Libertà in Europa e l'Italia è il quarto Paese dove questa tipologia di vacanza evidenzia la maggiore consistenza, davanti alla Spagna (Grafico 4a). Vedremo successivamente in quali Paesi il Turismo in Libertà è alimentato prevalentemente dalla domanda interna e dove invece sono i turisti provenienti dall'estero i principali clienti di campeggi e aree di sosta.

In linea con quanto evidenziato nei precedenti Rapporti, Norvegia, Danimarca e Croazia sono le destinazioni dove l'incidenza del Turismo in Libertà sul turismo totale proveniente dall'Europa e diretto in questi paesi è più rilevante, con la Norvegia che ritorna in prima posizione, sopravanzando la Svezia.

Nei primi due Paesi considerati, gli arrivi di turisti domestici ed europei in campeggi e aree di sosta superano il 20% degli arrivi totali, mentre si attestano intorno al 18-19% in Danimarca, Croazia e Islanda (Grafico 4b). Valori tra il 13% e il 16% si evidenziano in Francia, Regno Unito, Lussemburgo e Slovenia, mentre per Olanda, Italia, Finlandia,

Portogallo, Repubblica Ceca e Spagna si registra un'incidenza tra il 6% ed il 10% degli arrivi totali in ciascuna nazione. Tra il 4% e il 6%, infine, la quota di turisti in campeggi e aree di sosta in Germania, Svizzera, Belgio, Ungheria e Austria.

Meno determinante l'impatto del Turismo in Libertà in tutte le altre destinazioni.

Ad esempio, in Grecia, una delle mete turistiche più popolari, l'incidenza è del 1,5%, data la conformazione geo-morfologica del Paese, costituito principalmente anche da isole che richiedono spostamenti via mare e rendono difficile lo sviluppo di strutture di accoglienza.



Grafico 4a.
Il Turismo in Libertà in Europa: le destinazioni privilegiate. Confronto 2016 - 2017
(% arrivi in libertà in ciascun Paese sul totale arrivi in libertà in Europa)

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

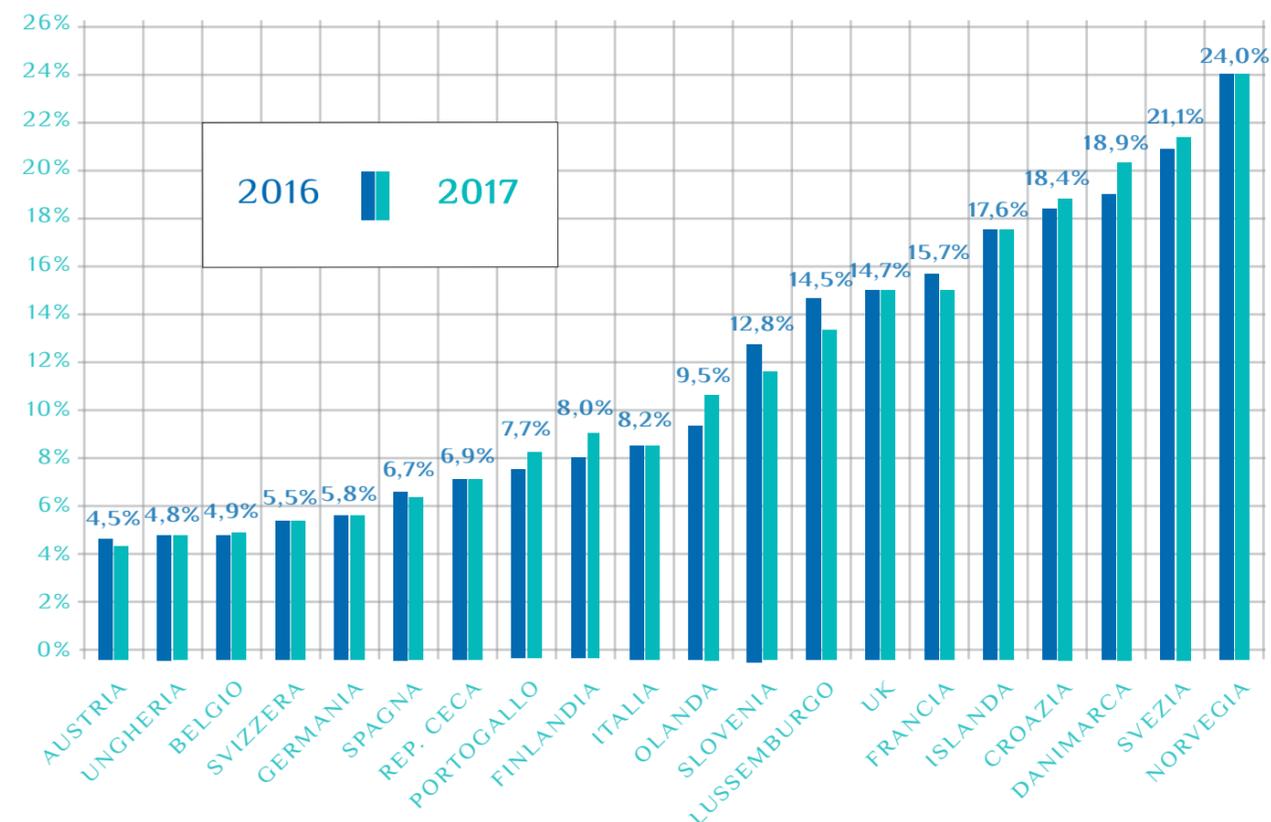


Grafico 4b.
Importanza del Turismo in Libertà nei Paesi europei. Confronto 2016-2017
(Paesi dove incidenza % arrivi in libertà su arrivi totali dall'Europa è superiore al 4%)

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

	TURISTI IN LIBERTÀ	NOTTI IN LIBERTÀ	PERM. MEDIA	TURISTI IN LIBERTÀ SUL TOT.	NOTTI IN LIBERTÀ SUL TOT.
AUSTRIA	1.132.546	5.515.423	4.9	5,2 %	8,2 %
CROAZIA	85.713	491.926	5.7	2,9 %	5,2 %
DANIMARCA	1.527.711	10.761.870	7.0	13,5 %	23,9 %
FRANCIA	17.801.125	92.040.390	5.2	12,4 %	23,7 %
GERMANIA	15.684.942	70.358.400	4.5	7,9 %	11,6 %
ITALIA	5.017.943	31.399.091	6.3	6,3 %	11,8 %
NORVEGIA	4.619.964	8.357.614	1.8	22,2 %	18,1 %
OLANDA	8.101.357	45.764.830	5.6	16,8 %	28,1 %
PORTOGALLO	1.096.152	4.474.351	4.1	7,9 %	13,0 %
REGNO UNITO (*)	17.883.387	61.474.917	3.4	14,9 %	16,3 %
SPAGNA	5.864.312	22.491.656	3.8	7,5 %	10,6 %
SVEZIA	4.628.598	13.187.082	2.8	15,0 %	17,6 %

Note: (*) stime

Tabella 4a.
Il Turismo in Libertà dei residenti nei principali Paesi europei nel 2017
(Valori assoluti e incidenza % sul turismo totale
composto dai residenti all'interno nel Paese e nel resto d'Europa)

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

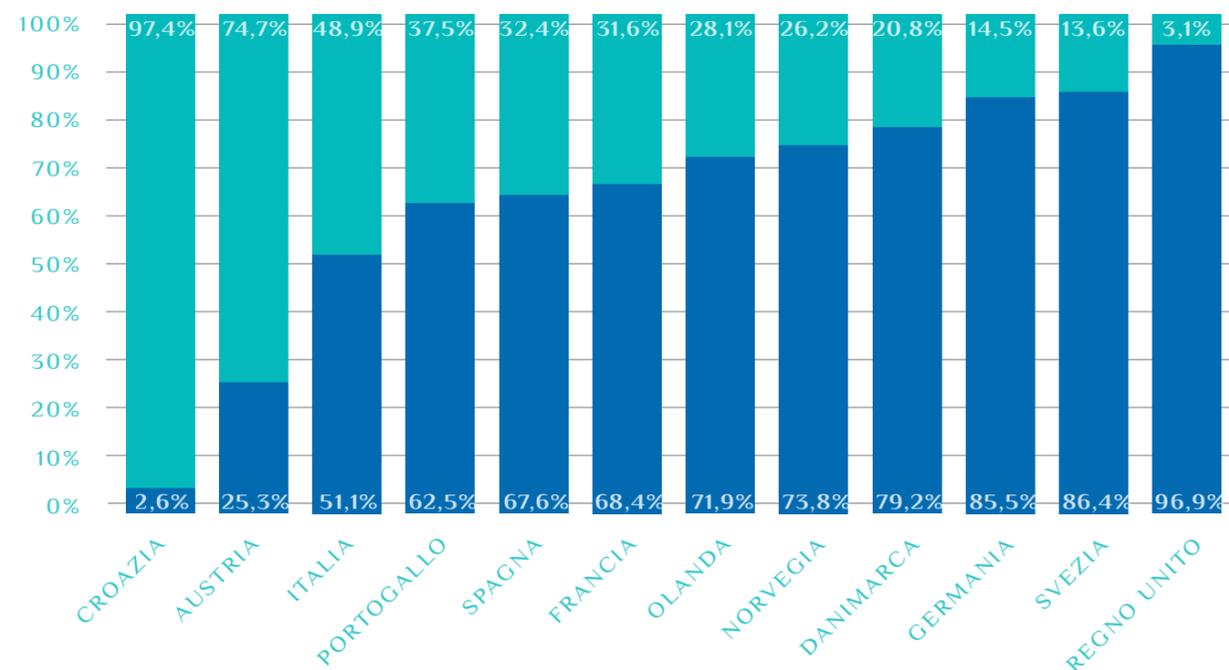


Grafico 4c.

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

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

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

La Tabella 4a fornisce, invece, un quadro circa il ruolo che il Turismo in Libertà riveste nelle scelte di vacanza dei residenti in alcuni dei principali Paesi europei, considerando sia il turismo domestico sia il turismo verso l'estero (outgoing).

Come si può notare, sono soprattutto i Paesi nordici ad apprezzare questa tipologia di turismo: in Norvegia e Olanda gli arrivi di residenti in campeggi e aree di sosta, sia all'interno del Paese che nel resto d'Europa, rappresentano dal quasi 17% a oltre il 22% degli arrivi e, nel caso dell'Olanda, raggiungono il 28% in termini di presenze totali. In Danimarca, Regno Unito e Svezia l'incidenza oscilla tra il 13% e il 15% in termini di arrivi e tra il 16% e il 24% in termini di pernottamenti. Significativa, comunque, l'importanza anche in Francia, dove il 12% dei francesi sceglie di alloggiare in strutture all'aria aperta, sia durante una vacanza domestica che nel resto d'Europa, generando quasi il 24% dei pernottamenti totali. In Italia, come in Germania, Spagna e Portogallo, i residenti mostrano in proporzione una predilezione più contenuta verso questa tipologia di turismo: gli arrivi in libertà non superano l'8% degli arrivi totali, sia nel Paese di origine che nel resto d'Europa, mentre le presenze sono inferiori al 13%.

Marginale, infine, il ruolo del Turismo in Libertà nelle vacanze di croati e austriaci rispetto ad altre soluzioni. In questi Paesi, come vedremo, sono i turisti stranieri provenienti dal resto d'Europa i principali clienti di campeggi e aree di sosta.

In termini dinamici, tra il 2016 e il 2017 il Turismo in Libertà pare crescere soprattutto in Francia, Spagna, Germania e Austria. Sempre secondo gli ultimi dati forniti da Eurostat, si stima che gli arrivi in campeggi e aree di sosta generati dai residenti in Francia e Spagna siano cresciuti, rispettivamente, del +11,3% e +7,3%, alimentati soprattutto dal turismo domestico, che rappresenta la quota più consistente rispetto a quello praticato al di fuori dei confini nazionali. Nel caso dei pernottamenti, quelli dei francesi sono cresciuti del +11%, in particolare all'interno del Paese, mentre quelli degli spagnoli del +8%. In Germania e Austria i pernottamenti in libertà generati dai residenti, sia nel Paese che nel resto d'Europa, aumentano più degli arrivi: +6% e +7,7%, contro +4,2% e +5,4% per i flussi. In entrambi i casi, il Turismo in Libertà outgoing cresce in proporzione di più di quello domestico.

Per quanto riguarda l'Italia, gli arrivi per Turismo in Libertà segnano un +2,5% rispetto al 2016, generato da una crescita in egual misura sia dei flussi domestici che di quelli diretti verso il resto d'Europa. Pressoché in linea anche l'aumento dei pernottamenti (+2,3%), con una durata del soggiorno che rimane stabile.

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

Come già evidenziato nelle passate edizioni, il Turismo in Libertà è tendenzialmente un turismo di breve-medio raggio, alimentato soprattutto dai residenti nel Paese in cui esso si svolge, oppure dai turisti provenienti dai Paesi limitrofi a quello di destinazione.

Tra le principali nazioni analizzate, solamente in Croazia e Austria oltre 3 turisti in libertà su 4 provengono dal resto d'Europa (rispettivamente, 97,4% e 74,7% degli arrivi in libertà totali), mentre in Italia il rapporto stranieri-italiani è 49 a 51.

Nelle altre destinazioni è la domanda domestica ad essere nettamente prevalente, con punte del 97% nel Regno Unito, di oltre l'80% in Svezia e Germania e di oltre il 70% in Danimarca, Norvegia e Olanda (Grafico 4c). Se consideriamo, invece, il Turismo in Libertà svolto dai residenti di ciascuna nazione, nel Paese stesso e nel resto d'Europa, la maggiore predisposizione alla vacanza outgoing si riscontra in Olanda e Austria, dove rispettivamente il 68% e 67% dei turisti preferisce fare una vacanza in libertà fuori dai confini nazionali. Seguono i turisti tedeschi, dove il 50% circa sceglie di andare all'estero, e i danesi (34,4%) come evidenziato nel Grafico 4d.

In tutti gli altri Paesi, la vacanza all'interno dei confini nazionali è prevalente, in particolare in Svezia, Portogallo, Francia, Spagna e Regno Unito. In Italia, l'83,5% dei turisti in libertà frequenta i campeggi e le aree di sosta nazionali, mentre il 16,5% preferisce andare nel resto d'Europa.

L'Italia è una delle destinazioni preferite nell'area europea da tutti i principali Paesi di origine considerati (Tabella 4b), soprattutto dai turisti provenienti dai Paesi confinanti. Lo Stivale è la prima meta per i turisti tedeschi e danesi che amano viaggiare in libertà, la seconda per austriaci e francesi, la terza per olandesi, inglesi, spagnoli e portoghesi e svedesi. Riguardo agli svedesi, da notare come, rispetto all'anno scorso, l'Italia salga dalla sesta alla terza posizione, sopravanzando altri Paesi limitrofi, come Danimarca e Finlandia.

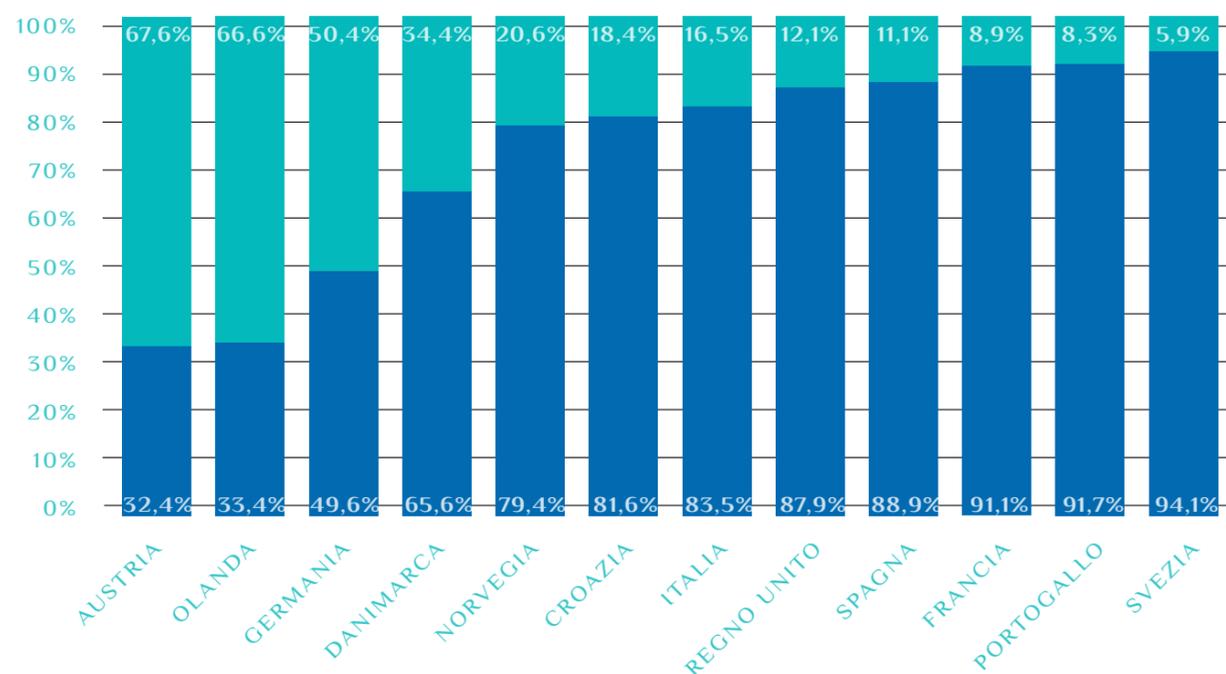


Grafico 4d.

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

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

ARRIVI DOMESTICI
ARRIVI OUTGOING

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

Da questo punto di vista, anche nel 2017 la Croazia primeggia per un’elevata specializzazione sul Turismo in Libertà incoming (indicatore 0,99 in un range tra -1 e 1), in quanto accoglie un nutrito numero di turisti europei, mentre pochissimi sono i croati che fanno vacanze all’aria aperta al di fuori dei confini nazionali.

Buona la specializzazione incoming anche per Portogallo, Italia, Francia, Svezia e Spagna, dove il rapporto va da un massimo di 0,74 per il Portogallo a un minimo di 0,62 per la Spagna, su un massimo di 1. Per l’Italia il valore è di 0,67. Olanda, Germania, Regno Unito e Danimarca si caratterizzano, invece, per essere Paesi che generano soprattutto Turismo in Libertà verso il resto d’Europa, ossia i flussi in uscita dal Paese che scelgono di alloggiare in campeggi e aree di sosta sono decisamente superiori a quelli in

entrata per la stessa motivazione (indicatore da un massimo -0,70 per l’Olanda ad un minimo di -0,23 per la Danimarca, su un massimo di -1), come illustra il Grafico 4e.

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

4.2. Il Turismo in Libertà in Italia nel 2017

Come risulta dai dati forniti da Eurostat e da Banca d’Italia, nel 2017 il Turismo in Libertà in Italia ha registrato performance positive, soprattutto in termini di pernottamenti. In tutto, si stima che circa 8,7 milioni turisti stranieri e italiani hanno scelto di visitare l’Italia in autocaravan, caravan o tenda, pari al 7,8% degli arrivi totali nella nostra Penisola, con un incremento del +4,5% rispetto al 2016. A tali arrivi corrispondono circa 56 milioni di pernottamenti in campeggi e aree di sosta (+4,3% sul 2016, pari al 15% delle presenze totali), per un fatturato complessivo che si aggira intorno ai 2,6 miliardi di euro (+3,4%).

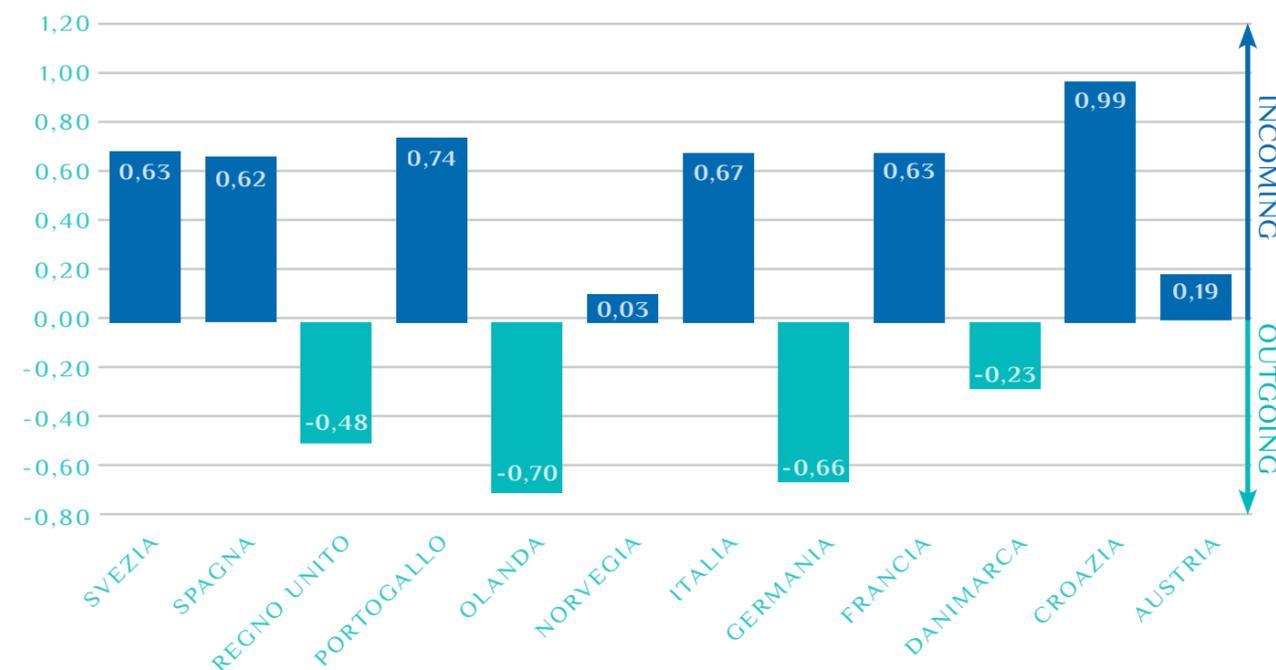


Grafico 4e.

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

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

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

PAESE DI ORIGINE	PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE PER TURISMO IN LIBERTÀ (su arrivi 2017)
AUSTRIA	Croazia - Italia - Germania - Francia
DANIMARCA	Italia - Germania - Francia - Svezia
FRANCIA	Spagna - Italia - Portogallo - Croazia
GERMANIA	Italia - Francia - Croazia - Olanda
OLANDA	Francia - Germania - Italia - Spagna
PORTOGALLO	Spagna - Francia - Italia
REGNO UNITO	Francia - Spagna - Italia
SPAGNA	Francia - Portogallo - Italia
SVEZIA	Norvegia - Germania - Italia - Danimarca - Croazia

Tabella 4b.

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

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Nello specifico, i turisti italiani in libertà sono stati circa 4,2 milioni, pari al 6,7% degli arrivi domestici totali, per un totale di circa 28 milioni di notti (13,4% delle notti domestiche totali) e un fatturato generale di 1,3 miliardi di euro. Gli arrivi domestici in campeggi e aree di sosta sono aumentati del +2,5% rispetto al 2016, mentre le notti del +2,2%, il che evidenzia una sostanziale stabilità della durata media del soggiorno. Rispetto al turismo totale generato dagli italiani in Italia la crescita è più contenuta: gli arrivi complessivi hanno infatti segnato un +4,1%, mentre i pernottamenti +3,1%.

Per quanto riguarda, invece, i turisti incoming, nel 2017 sono stati quasi 4,5 milioni gli amanti delle vacanze in autocaravan, caravan e tenda, provenienti soprattutto dall'EU28, che hanno scelto l'Italia come meta delle loro vacanze, pari all'8,5% degli arrivi incoming totali. Questi a loro volta hanno generato 28,6 milioni di notti e un fatturato di 1,33 miliardi di euro. Il Grafico 4f mostra come nel 2017 i vacanzieri stranieri in libertà siano cresciuti del +6,6% rispetto al 2016, a fronte di un leggero calo della durata media del soggiorno (notti +5,6%). Aumento, invece, della permanenza per i turisti in autocaravan, caravan e tenda: gli arrivi hanno registrato un +6,2% mentre i pernottamenti +7,1%. Espansione più contenuta per le spese effettuate dai turisti stranieri in libertà (+5,8% contro +7,9% per il totale incoming), il che si traduce in una diminuzione

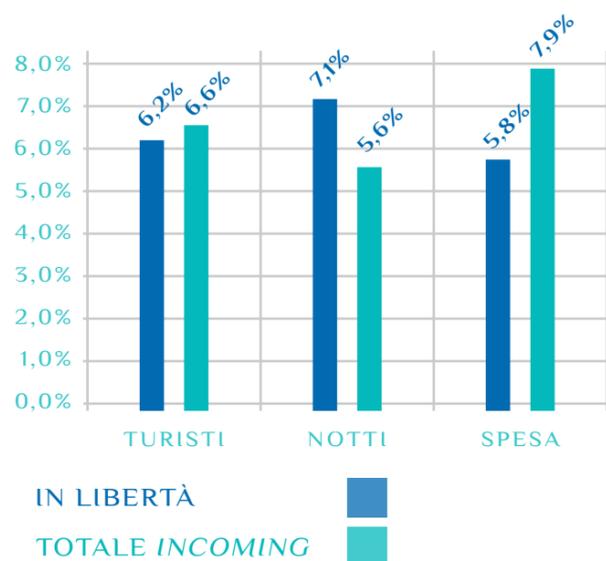


Grafico 4f.
Evoluzione del Turismo incoming in Libertà in Italia rispetto al totale incoming. Var. 2016-17

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

sia della spesa media per viaggio che della spesa media per notte, a differenza di quanto invece accade sul totale incoming. Riassumendo, come si può vedere dal grafico, le performance del Turismo in Libertà risultano positive e superiori rispetto a quelle del turismo incoming totale in Italia in termini di pernottamenti, mentre inferiori relativamente ai flussi ed alla spesa.

Analizzando nel dettaglio le tipologie del Turismo in Libertà (Grafico 4g), il turismo incoming in autocaravan continua a svilupparsi in modo molto dinamico rispetto alle altre modalità di vacanza (caravan e tenda), consolidando nettamente i trend degli anni precedenti. Nel 2017, i turisti stranieri in autocaravan sono aumentati del +44%, mentre i pernottamenti del +30%.

Ottima anche la crescita della spesa, che si attesta a +25,6% rispetto al 2016, il che si traduce in una diminuzione sia della spesa media per viaggio che di quella per notte. In costante flessione, invece, il turismo incoming in caravan e tenda, che registra

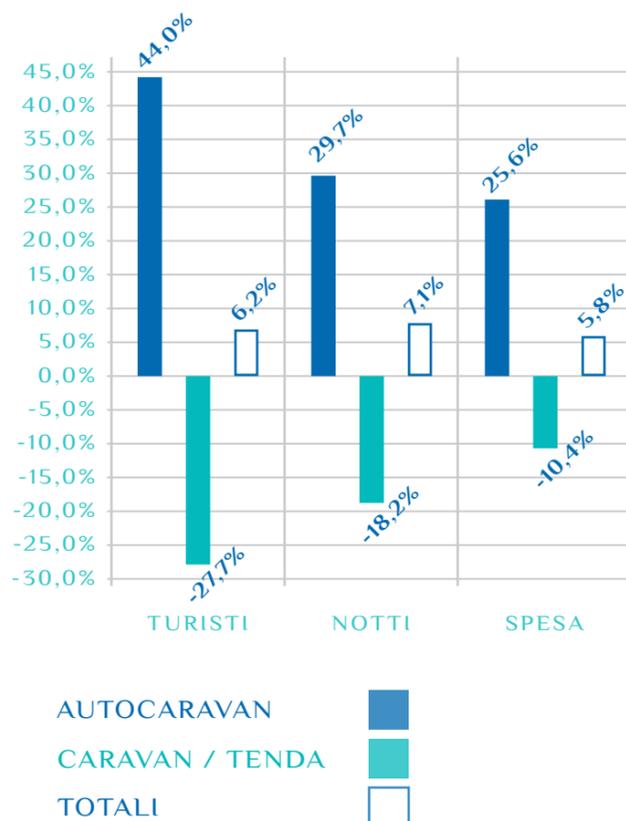


Grafico 4g.
Evoluzione del turismo incoming in caravan, tenda e autocaravan rispetto al totale del Turismo in Libertà.

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

una contrazione del -28% in termini di arrivi, -18% per le notti e del -10% della spesa. Ciò significa, in questo caso, che i turisti che utilizzano questa modalità di viaggio diminuiscono in modo consistente, ma chi arriva in Italia tende comunque a spendere di più, sia per il soggiorno nel complesso che per singola notte.

Le origini e le destinazioni

Come emerge anche dai dati 2017 dell'Osservatorio della Banca d'Italia, 3 turisti esteri su 4 che scelgono l'Italia per una vacanza in autocaravan, caravan o tenda provengono da quattro principali nazioni: Olanda, Germania, Austria e Francia, generando il 75% della spesa incoming complessiva legata al Turismo in Libertà. Rispetto al 2016, la dinamica di tali mercati su questa tipologia di turismo risulta in linea con il totale incoming proveniente dagli stessi Paesi in termini di arrivi (+11%), mentre risulta superiore in termini di presenze (+11% contro +6%) ed inferiore in termini di spesa (+8,8% contro +12,8%).

Tale andamento va letto anche in relazione al peso che il Turismo in Libertà proveniente da ciascuno di questi Paesi ha sul turismo totale incoming alimentato dai Paesi stessi. Come si evince dai dati Eurostat e dell'Osservatorio Banca d'Italia (Tabella 4c), il Turismo in Libertà è una motivazione importante per i turisti olandesi diretti in Italia: 27 su 100 che scelgono il nostro Paese come meta delle loro

vacanze viaggiano in caravan, autocaravan e tenda, generando quasi il 43% delle notti totali incoming ed il 16% della spesa complessiva. Con 17 turisti in libertà su 100 arrivati in Italia, i tedeschi si piazzano al secondo posto. Questi turisti generano quasi il 23% dei pernottamenti totali di tedeschi in Italia ed il 7% della spesa. In terza posizione gli austriaci: circa 10 turisti su 100 in arrivo dall'Austria viaggiano a bordo di un Veicolo Ricreazionale, generando il 15% delle notti ed il 5% della spesa complessiva. Chiudono i francesi, con quasi il 6% dei flussi, l'8% delle notti ed il 2,4% del fatturato generato nella Penisola.

PAESI	TURISTI	NOTTI	SPESA
OLANDA	27,0 %	42,8 %	16,1 %
GERMANIA	17,0 %	22,7 %	7,0 %
AUSTRIA	9,9 %	14,9 %	5,1 %
FRANCIA	5,8 %	8,2 %	2,4 %

Tabella 4c.
Incidenza % del Turismo in Libertà sul turismo incoming in Italia per i principali Paesi di origine 2017

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

AUSTRIACI	FRANCESI	OLANDESI	TEDESCHI
36,7% VENETO	20,2% LIGURIA	26,2% LOMBARDIA	35,3% VENETO
11,5% TOSCANA	19,5% PIEMONTE	23,9% VENETO	13,2% TRENTINO A.A.
10,3% FRIULI V.G.	15,1% TOSCANA	17,5% TOSCANA	13,1% LOMBARDIA
8,8% TRENTINO A.A.	11,4% VENETO	12,9% TRENTINO A.A.	5,6% LAZIO
6,0% LAZIO	9,2% EMILIA R.	5,2% PIEMONTE	5,4% TOSCANA
5,3% PUGLIA	6,7% LOMBARDIA	5,1% LIGURIA	5,1% FRIULI V.G.
5,3% LOMBARDIA	4,6% LAZIO	2,7% LAZIO	4,7% EMILIA R.
5,1% EMILIA R.	4,6% SARDEGNA	2,0% PUGLIA	3,7% LIGURIA
4,0% LIGURIA	2,5% MARCHE	1,3% EMILIA R.	3,3% ABRUZZO
2,1% MARCHE	1,9% CAMPANIA	0,9% UMBRIA	2,3% SICILIA
4,9% ALTRE	4,4% ALTRE	2,4% ALTRE	8,3% ALTRE

Tabella 4d.
Principali Regioni italiane di destinazione dei Turisti in Libertà per Paese di origine (Distribuzione % flussi 2017)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Analizzando i dati relativi al solo turismo in autocaravan, i tedeschi si confermano essere i principali clienti dell'Italia anche su questo mezzo (52% degli arrivi, 58% delle notti e 52% della spesa sul totale incoming in autocaravan), mentre gli olandesi si piazzano al secondo posto, sorpassando gli austriaci, con un'incidenza rispettivamente del 12% in termini di flussi e del 14% in termini di spesa. Considerando, invece, l'intero comparto del Turismo in Libertà, nel 2017 emerge che, in media, quasi il 60% dei turisti in libertà provenienti dall'Austria arriva in Italia in autocaravan, contro un'incidenza del 55% tra i tedeschi, del 51% tra i francesi e del 33% tra gli olandesi. Per quanto riguarda le destinazioni preferite dai turisti in libertà nel Belpaese, come illustrato nella Tabella 4d, il Veneto, scelto in media da più di 1 turista su 3, si conferma come la meta più amata dai viaggiatori austriaci e tedeschi in autocaravan, caravan e tenda, insieme a Trentino Alto Adige, Toscana e Lazio. Gli austriaci, in particolare, prediligono il Veneto (36,7%), seguito a distanza da Toscana (11,5%), Friuli Venezia Giulia (10,3%) e Trentino Alto Adige (8,8%). I Tedeschi, invece, optano in primis per il Veneto (35,3%) e poi per Trentino Alto Adige e Lombardia (13% circa a pari merito), Lazio e Toscana (5% ciascuna). Per i turisti di entrambi questi Paesi prevale l'attrattiva delle tradizionali province ad alta concentrazione di località balneari, montane e lacuali, come Venezia, Verona, Trento e Bolzano, Livorno, Como e Brescia. Lombardia, in testa, invece nelle preferenze degli Olandesi (26,2%), attirati dal turismo lacuale, ma anche dalla vacanza in campagna/collina.

Seguono Veneto (23,9%), Toscana (17,5%), Trentino Alto Adige (12,9%) e Piemonte (5,2%).

	TENDA / CARRELLO / CARAVAN	AUTOCARAVAN	MEDIA TURISMO IN LIBERTÀ	MEDIA INCOMING
TURISTI ESTERI	45,34	49,00	46,66	100,36
AUSTRIACI	45,33	53,92	48,30	86,78
FRANCESI	50,02	41,05	45,79	84,17
OLANDESI	49,36	38,50	42,00	77,92
TEDESCHI	41,28	48,14	44,35	80,92

Tabella 4e.
Turisti stranieri in Libertà in Italia.
Spesa media pro capite giornaliera nel 2017 (in euro)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Diverse rispetto ai turisti precedenti le preferenze dei francesi, orientati soprattutto verso l'arte e la cultura ma anche verso la vacanza al mare: al primo posto nel 2017 troviamo due Regioni limitrofe con il Paese transalpino, ossia Liguria (20,2%) e Piemonte (19,5%), seguiti da Toscana (15,1%) e Veneto (11,4%). Tra le Regioni del Sud, da notare come la Puglia compaia nella top 10 di austriaci e olandesi, mentre la Sicilia in quella dei tedeschi e Sardegna e Campania in quella dei francesi.

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 2017, secondo gli ultimi valori forniti dall'Osservatorio della Banca d'Italia, un turista estero in viaggio in Italia in tenda, caravan o autocaravan ha speso in media 46,66 euro al giorno e 292,83 euro per l'intero soggiorno, a fronte di una permanenza media intorno ai 6 giorni (Tabelle 4e e 4f). Questi numeri risultano nettamente inferiori rispetto alla media del turismo incoming totale, che registra rispettivamente una spesa di 100,36 euro a notte e di circa 629,44 euro per una vacanza, con una durata media di 6,3 notti.

Per i vacanzieri italiani in libertà lungo lo Stivale, si stima invece una spesa media pro capite giornaliera intorno ai 47 euro e per l'intero soggiorno intorno ai 314 euro, a fronte di una durata della permanenza vicino alle 6,7 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

	TENDA / CARRELLO / CARAVAN	AUTOCARAVAN	MEDIA TURISMO IN LIBERTÀ	MEDIA INCOMING
TURISTI ESTERI	283,74	309,10	292,83	629,44
AUSTRIACI	256,04	238,40	249,05	426,32
FRANCESI	319,32	240,25	280,34	479,87
OLANDESI	365,41	298,93	321,08	549,61
TEDESCHI	280,16	327,52	301,31	515,77

Tabella 4f.
Turisti stranieri in Libertà in Italia.
Spesa media pro capite per il soggiorno nel 2017 (in euro)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

	IN LIBERTÀ	TENDA / CARAVAN	AUTOCARAVAN
ALLOGGIO	31,6%	39,0%	23,5%
RISTORAZIONE	28,6%	26,5%	30,7%
TRASPORTI	11,3%	10,3%	12,5%
ACQUISTI	22,2%	18,2%	26,7%
ALTRO	6,3%	6,0%	6,7%

Tabella 4g.
La distribuzione del budget di spesa totale dei turisti esteri in Libertà in Italia, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

tutto il soggiorno pari a 321,08 euro, corrispondente a 42 euro a notte (su una permanenza media di 7,5 notti). Seguono i tedeschi con 301,31 euro per tutto il soggiorno e 44,35 euro a notte per persona (durata media del soggiorno: 6,8 notti), i francesi con, rispettivamente, 280,34 euro e 45,79 euro per circa 6 notti e, infine, gli austriaci con 249,05 euro e 48,3 euro per circa 5 notti.

Nel 2017, inoltre, i turisti stranieri in autocaravan in Italia hanno speso in media di più di quelli in caravan e tenda sia per singolo pernottamento (49 euro contro 45,34 euro) che per l'intero soggiorno (309,10 contro quasi 284 euro), a fronte di una permanenza media pressoché simile (intorno alle 6 notti). Per un'analisi della composizione del budget di spesa dei due segmenti si rimanda al Grafico 4g.

Tra i camperisti stranieri, i tedeschi detengono il primato di spesa per quanto riguarda sia l'intero soggiorno (327,52 euro a persona) che per la singola notte (circa 48,14 euro), per una permanenza di 6,8 notti. Tra gli amanti delle caravan e della tenda sono sempre gli olandesi al primo posto per la maggiore spesa media totale per il soggiorno (365,41 euro), mentre i francesi per la spesa media pro capite giornaliera (50,02 euro). Considerando sempre la spesa media per il soggiorno, la Tabella 4g chiarisce invece la composizione della spesa sostenuta dai turisti stranieri in libertà in Italia. Questa tipologia di viaggiatori destina all'alloggio, ovvero al pagamento del campeggio o dell'area di sosta e dei relativi servizi, la quota maggiore del proprio budget (31,6% della spesa), seguita dalla ristorazione (28,6% della spesa), dallo shopping (22,2% della spesa) e dai servizi di trasporto locale (11,3% della spesa, che comprendono carburante, pedaggi autostradali,

	OLANDA	GERMANIA	FRANCIA	AUSTRIA
ALLOGGIO	18,9%	24,8%	21,7%	26,0%
RISTORAZIONE	27,3%	32,8%	27,1%	33,6%
TRASPORTI	10,1%	9,0%	25,2%	11,1%
ACQUISTI	34,6%	26,6%	21,4%	22,1%
ALTRO	9,2%	6,8%	4,5%	7,2%

Tabella 4h.
La distribuzione del budget di spesa dei camperisti esteri in Libertà in Italia, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

parcheggi e trasporti pubblici). Quanto alle abitudini di viaggio per segmento di Turismo in Libertà, si evidenzia come i camperisti incoming preferiscano viaggi on the road: destinano, infatti, una quota in proporzione inferiore del proprio budget all'alloggio (23,5% contro il 39% dei turisti in caravan e tenda), e spendono, viceversa, maggiormente per la ristorazione (30,7% contro 26,5%) e per lo shopping (26,7% contro 18,2%) e leggermente di più per i parcheggi e i trasporti locali rispetto a chi viaggia in caravan e tenda (12,5% contro 10,3%).

Le abitudini di spesa per i camperisti variano anche, come si evince dalla Tabella 4h, in funzione del Paese di provenienza. Nel 2017 sono austriaci e tedeschi a destinare la quota principale del budget all'alloggio, scegliendo campeggi o altre strutture a pagamento, con una quota rispettivamente del 26% e del 24,8% sulla spesa totale, mentre per francesi e olandesi l'incidenza è, rispettivamente, intorno al 22% e 19%. Ma i camperisti francesi sono anche i turisti più mobili sul territorio, spendendo per trasporti locali, parcheggi, ecc. una quota pari al 25,2%, contro il 9-11% degli altri Paesi. Ciò è probabilmente legato non solo alla loro inclinazione verso il Turismo in Libertà, ma anche al fatto che alcuni includono la spesa per l'area di sosta (attrezzata o meno) nella voce parcheggi. Nel caso della ristorazione, la sua incidenza è più consistente nel budget di spesa dei camperisti austriaci e tedeschi (33,6% e 32,8%, rispettivamente), mentre per francesi e olandesi siamo intorno al 27%. Lo shopping sembra invece avere un'importanza relativa maggiore nel paniere di spesa dei camperisti olandesi (34,6%), mentre negli altri mercati l'incidenza va da un minimo del 21% tra i francesi ad un massimo del 26,6% tra i tedeschi.

4.3. Il Turismo in Libertà degli italiani all'estero nel 2017

Se, come illustrato in precedenza, la maggior parte dei turisti italiani che trascorre una vacanza in caravan, tenda e autocaravan sceglie come destinazione l'Italia, poco meno di 1 su 5 preferisce recarsi all'estero. Secondo i dati aggiornati forniti da Eurostat e dall'Osservatorio della Banca d'Italia, si stima che nel 2017 siano stati circa 841 mila i turisti italiani in libertà che hanno varcato i confini nazionali, per 5,6 milioni di notti e una spesa di circa 277 milioni di euro. Complessivamente, questa tipologia di turismo rappresenta poco meno del 5% dell'intero movimento italiano all'estero, il 5,5% delle notti ed il 2,9% della spesa totale.

Il camper rappresenta il mezzo preferito per fare un viaggio all'estero: 3 turisti su 4 che vanno all'estero scelgono questo mezzo.

Le destinazioni

Per quanto concerne le destinazioni, le località estere preferite nel 2017 sono, nell'ordine, Francia, Austria, Spagna, Svizzera, Germania, Grecia e Croazia. Le prime sette destinazioni ricevono l'84% dei flussi in libertà outgoing. Considerando l'incidenza che ha per gli italiani questa modalità di turismo sul totale del movimento diretto in ciascun Paese e sulla spesa effettuata, la vacanza in libertà rappresenta oltre il 7% degli arrivi italiani in Croazia, mentre tra il 2-4% di quelli diretti in Austria e Svizzera e meno del 2% di quelli che hanno come meta Germania, Spagna e Grecia. Comparando, inoltre, queste mete in base al Veicolo Ricreazionale utilizzato, il camper tende ormai a prevalere in quattro destinazioni su sette. Francia, Spagna, Germania e Svizzera sono in proporzione le mete preferite dai camperisti nel 2017 (oltre il 68% dei turisti in libertà diretti in questi Paesi viaggi su tale mezzo), mentre Grecia, Austria e Croazia sono invece quelle più gettonate da turisti in tenda/caravan.

Le spese sostenute

Come illustrato nelle Tabelle 4i e 4l, un turista in libertà italiano all'estero spende mediamente 43,13 euro al giorno e 328,40 euro circa per l'intero soggiorno. Gli italiani in autocaravan nel 2017 tendono ad avere delle spese maggiori: 52,38 euro al

giorno e 351,49 euro sull'intero soggiorno, che ha una durata media intorno alle 6,7 notti.

I viaggiatori in caravan e tenda, invece, si attestano sui 44,57 euro per notte e i 314,89 euro per il soggiorno, a fronte di una permanenza media leggermente superiore (7,1 notti).

Tali spese risultano comunque inferiori agli importi del turismo outgoing generale, rispetto al quale si rileva una media di 80,80 euro a notte e circa 701,03 euro complessivi spesi per la vacanza.

La spesa degli italiani all'estero subisce delle variazioni anche in base alla meta prescelta, data la diversa durata del soggiorno (in Spagna è in media 12,3 giorni, 10,8 in Francia, 7,8 in Germania, 5,2 in Svizzera e 4,6 in Austria) e quindi varia in base alla distanza percorsa e al mezzo utilizzato/tipo di sistemazione prescelta.

La destinazione dove la spesa media pro capite per notte è più elevata è la Svizzera, con circa 55 euro a notte, mentre quella dove è più bassa è la Spagna con 30,59 euro. Per quanto riguarda l'intero soggiorno, la spesa maggiore si registra in Spagna (375,50 euro), mentre quella minore in Austria con 179,04 euro. In Francia si spendono mediamente quasi 349 euro per il soggiorno, mentre in Germania 276 euro (corrispondenti, rispettivamente, a 32,17 e 35,20 euro a notte).

Considerando i mezzi scelti dai turisti italiani in libertà, per i camperisti la Spagna continua ad essere il Paese dove l'intero soggiorno ha un prezzo più elevato, 374,58 euro in media a persona, seguita dalla Svizzera (371,36 euro), mentre è in Austria la spesa più contenuta (257,35 euro).

Per quanto riguarda, invece, la spesa media pro capite per notte, il camperista italiano spende più della media in Svizzera (62,69 euro), mentre meno della media in tutte le altre destinazioni.

In particolare, la spesa più bassa si registra in Francia con 29,45 euro pro capite per notte.

La diversità di spesa, come accennato in precedenza, è legata sia alla diversa durata del viaggio sia, nel caso soprattutto della Francia, alla maggiore presenza di aree di sosta esterne ai campeggi. Proporzioni leggermente diverse per il turista in caravan e tenda: la Spagna risulta la meta dove si spende di più (422,02 euro a persona per il soggiorno), mentre la Svizzera quella dove si spende di meno (112,89 euro). Rispetto alla spesa media pro capite per notte, è invece la Germania il Paese dove gli italiani in caravan e tenda spendono di più (66,82 euro), mentre la Svizzera quello dove spendono di meno (31,73 euro).

EURO	TENDA / CARAVAN	AUTOCARAVAN	IN LIBERTÀ	TOTALE OUTGOING
ITALIANI ALL'ESTERO	314,89	351,49	328,40	701,03
FRANCIA	370,36	302,59	348,85	373,79
AUSTRIA	142,98	257,35	179,04	339,10
SPAGNA	422,02	374,58	375,50	659,30
SVIZZERA	112,89	371,36	289,37	323,78
GERMANIA	181,53	302,39	276,50	440,50

Tabella 4i.

Turisti italiani in libertà all'estero. Spesa media pro capite per soggiorno a destinazione nel 2017

Anche in questo caso, la durata del soggiorno incide sul livello della spesa effettuata.

Entrando nel dettaglio delle spese, la Tabella 4m mostra come nel 2017 quasi il 32% della spesa complessiva dei turisti italiani all'estero vada per il pagamento di campeggi e aree di sosta con servizi collaterali, mentre oltre il 27% in vitto, il 19% in servizi per il trasporto locale (carburante, pedaggi autostradali, parcheggi e trasporti pubblici) ed il 15,4% in shopping.

Per i camperisti l'incidenza dell'alloggio è più

contenuta (27,9%) rispetto a coloro che viaggiano in tenda/caravan (40,4%), mentre aumenta il peso del vitto e della ristorazione in genere (29,3% contro 23%) e soprattutto delle spese di trasporto locali (22,8% contro quasi l'11%).

Da tenere in considerazione che in quest'ultima voce, alcuni turisti potrebbero far ricadere il pagamento dell'area di sosta.

Leggermente più elevata, invece, l'incidenza dello shopping per chi fa vacanza in tenda e caravan (16,4% contro 14,9% tra i camperisti).

EURO	TENDA / CARRELLO / CARAVAN	AUTOCARAVAN	TOTALE IN LIBERTÀ	TOTALE OUTGOING
ITALIANI ALL'ESTERO	44,57	52,38	43,13	80,80
FRANCIA	39,98	29,45	32,17	62,63
AUSTRIA	39,84	32,55	38,84	84,45
SPAGNA	50,69	30,32	30,59	72,35
SVIZZERA	31,73	62,69	55,02	85,61
GERMANIA	66,82	32,67	35,20	80,40

Tabella 4l.

Turisti italiani in libertà all'estero. Spesa media pro capite giornaliera a destinazione nel 2017

Elaborazioni Ciset su dati Eurostat e Banca d'Italia

	IN LIBERTÀ	TENDA / CARAVAN	CAMPER / AUTOCARAVAN
ALLOGGIO	31,9%	40,4%	27,9%
VITTO	27,3%	23,1%	29,3%
TRASPORTI LOCALI	19,0%	10,9%	22,8%
SHOPPING	15,4%	16,4%	14,9%
ALTRO	6,4%	9,2%	5,1%

Tabella 4m.

La distribuzione del budget di spesa dei turisti italiani in libertà all'estero nel 2017, per voce (valori %)

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

KEY POINTS

1. Secondo gli ultimi dati pubblicati da Eurostat, nel 2017 il 9,3% dei turisti in viaggio in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta per caravan, camper e tende per un totale di circa 88 milioni di arrivi, su circa 952 milioni di arrivi totali nell'area.

2. Rispetto agli anni precedenti, nel 2017 l'andamento del Turismo in Libertà è stato più positivo di quello del turismo totale in Europa, sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze con una crescita rispettivamente, del +5% e del +4,8%, contro +4,5% e +3,9% per il turismo complessivo all'interno dell'area europea.

3. Francia, Regno Unito, Germania, Italia, Spagna e Svezia confermano ancora una volta il loro ruolo di Paesi privilegiati verso questa tipologia di viaggio, considerando sia i residenti all'interno di ciascuna nazione che i turisti provenienti dall'estero con 72 milioni di arrivi in campeggi e aree di sosta, pari al 76% degli arrivi totali in libertà in Europa, con un aumento del +5,5% rispetto al 2016.

4. L'Italia è una delle destinazioni preferite nell'area europea da tutti i principali Paesi di origine considerati ed è la prima meta per i turisti tedeschi e danesi che amano viaggiare in libertà, la seconda per austriaci e francesi, la terza per olandesi, inglesi, spagnoli e portoghesi e svedesi.

5. Nel 2017 secondo i dati resi disponibili da Eurostat e da Banca d'Italia, circa 8,7 milioni di turisti stranieri e italiani hanno scelto di visitare il Belpaese in autocaravan, caravan o tenda, pari al 7,8% degli arrivi totali nella nostra Penisola, con un incremento del +4,5% rispetto al 2016.

6. A tali arrivi corrispondono circa 56 milioni di pernottamenti in campeggi e aree di sosta (+4,3% sul 2016, pari al 15% delle presenze totali), per un fatturato complessivo che si aggira intorno ai 2,6 miliardi di euro (+3,4%).

7. Nel 2017 i turisti italiani in libertà sono stati circa 4,2 milioni, pari al 6,7% degli arrivi domestici totali, per un totale di circa 28 milioni di notti (13,4% delle notti domestiche totali) e un fatturato generale di 1,3 miliardi di euro. Gli arrivi domestici in campeggi e aree di sosta sono aumentati del +2,5% rispetto al 2016, mentre le notti del +2,2%.

8. Quanto agli stranieri, 3 turisti esteri su 4 che scelgono l'Italia per una vacanza in autocaravan, caravan o tenda provengono da quattro principali nazioni: Olanda, Germania, Austria e Francia, generando il 75% della spesa incoming complessiva legata al Turismo in Libertà. Per quanto riguarda le destinazioni preferite dai turisti in libertà nel Belpaese, il Veneto, scelto in media da più di 1 turista su 3, si conferma come la meta più amata dai viaggiatori austriaci e tedeschi in autocaravan, caravan e tenda, insieme a Trentino Alto Adige, Toscana e Lazio.

9. La spesa media di un turista straniero in libertà in Italia si aggira intorno ai 46,66 euro al giorno e 292,83 euro per l'intero soggiorno, a fronte di una permanenza media intorno ai 6 giorni. La quota maggiore del proprio budget viene destinata all'alloggio (31,6% della spesa), seguita dalla ristorazione (28,6% della spesa), dallo shopping (22,2% della spesa) e dai servizi di trasporto locale (11,3%).

10. Nel 2017 circa 841 mila turisti italiani in libertà hanno varcato i confini nazionali, per 5,6 milioni di notti e una spesa di circa 277 milioni di euro. Complessivamente, questa tipologia di turismo rappresenta poco meno del 5% dell'intero movimento italiano all'estero, il 5,5% delle notti ed il 2,9% della spesa totale. Francia, Austria, Spagna, Svizzera, Germania, Grecia e Croazia sono le mete preferite le quali ricevono complessivamente l'84% dei flussi in libertà outgoing. Mentre la spesa media si aggira intorno ai 43,13 euro al giorno e a 328,40 euro circa per l'intero soggiorno.

5.

L'OSSERVATORIO
SUL TURISMO
IN LIBERTÀ NELLE
REGIONI ITALIANE

5.1 Gli obiettivi dell'Osservatorio

Oltre alle rilevazioni sul Turismo in Libertà in Europa e in Italia, illustrate nel Capitolo precedente, dal 2013 APC realizza, sempre grazie alla consolidata collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, uno studio approfondito sul territorio nazionale, tramite l'Osservatorio sul Turismo in Camper e in Libertà nelle Regioni italiane.

L'Osservatorio fornisce analisi aggiornate sulla diffusione e sulla valorizzazione di questa tipologia di turismo Regione per Regione, andando a monitorare l'attrattività e il grado di specializzazione ricettiva dei singoli territori, nonché l'interesse che le amministrazioni locali mostrano verso questa modalità di vacanza.

Nel dettaglio, per ciascuna Regione l'Osservatorio rileva:

- i valori di turisticità in libertà, intesa come capacità di attrazione dei turisti in autocaravan, caravan o tenda e loro distribuzione/concentrazione sul territorio;
- gli indici di ricettività in libertà, 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.

5.2 Gli indicatori utilizzati

La Tabella 5a riassume gli aspetti analizzati nell'Osservatorio, ovvero turisticità, ricettività e sensibilità. Ogni elemento è stato valutato attraverso l'utilizzo di uno o più indicatori. Al fine di effettuare un confronto ragionato tra le Regioni, per ciascun indicatore utilizzato, il valore assunto da ogni Regione è stato rapportato alla Regione con il parametro più alto. I valori così ottenuti sono poi stati normalizzati, ossia espressi secondo una scala di valori in centesimi (0-100). A partire dal Rapporto 2015 l'indicatore di sensibilità è stato ulteriormente affinato e tiene conto non solo del numero di Comuni partecipanti/vincitori del Bando APC in ciascuna Regione, ma anche del numero di volte in cui ciascun Comune ha partecipato al Bando.

In questo modo, viene valutato sia l'interesse del territorio regionale ad investire in questa tipologia di turismo nonché la capillarità delle proposte, sia la perseveranza nel voler migliorare la qualità dell'offerta e dei servizi destinati alla domanda all'aria aperta.

5.3 I valori di turisticità 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. Va innanzitutto evidenziato come nel 2017, anno a cui si riferiscono i dati analizzati, si sia riscontrata una buona performance dell'Italia come destinazione turistica, in linea con quanto già registrato nel 2016 con un incremento sia del turismo italiano ma soprattutto di quello straniero, per quanto l'andamento risulti differenziato tra Regione e Regione.

La crescita è stata più significativa per gli arrivi rispetto alle presenze, con una tendenziale leggera riduzione nella durata del soggiorno. Rispetto a tale andamento, l'evoluzione del Turismo in Libertà degli italiani è stata positiva ma più contenuta rispetto al turismo domestico totale, mentre i flussi di turisti stranieri in camper, caravan e tenda risultano aumentati più del turismo incoming totale, come già illustrato nel Capitolo 4.

A fronte di queste tendenze, come mostra la Mappa 5a, Sardegna, Marche e Veneto confermano ormai da alcuni anni la loro posizione di primo piano in termini di attrattività di questo segmento, con un valore del parametro di riferimento uguale o superiore a 81 su 100. Seguono Abruzzo, Liguria, Toscana e Valle d'Aosta (indicatore tra 61 e 80 su 100). L'incidenza del Turismo in Libertà sulla domanda turistica totale è invece limitata (indicatore inferiore a 40 su 100) nel Sud Italia, in particolare in Basilicata, Sicilia, Calabria, Campania, ma anche in alcune Regioni del Nord (Lombardia ed Emilia Romagna) e del Centro Italia (Umbria e Lazio). Valori medi di attrazione (indicatore tra 41 e 60 su 100) si registrano in Trentino Alto Adige, Piemonte, Puglia, Friuli Venezia Giulia e Molise. Confrontando questi risultati con

ASPETTI ANALIZZATI	INDICATORI	SIGNIFICATO
I VALORI DI TURISTICITÀ IN LIBERTÀ	Capacità di attrazione della domanda in libertà	Quota % di turisti totali in campeggi e aree attrezzate sui turisti complessivi per Regione ⁽¹⁾
	Intensità del Turismo in Libertà	Distribuzione / concentrazione dei turisti in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione ⁽²⁾
GLI INDICI DI RICETTIVITÀ IN LIBERTÀ	Grado di specializzazione dell'offerta in libertà	Quota % di posti-persona ^(*) in campeggi e aree attrezzate sull'offerta ricettiva totale per Regione ⁽³⁾
	Qualità delle aree di sosta	Incidenza % delle aree di sosta attrezzate sulle aree di sosta totali per Regione ⁽⁴⁾
	Densità dell'offerta in libertà	Distribuzione / concentrazione di posti-persona ^(*) in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione ⁽⁵⁾
IL GRADO DI SENSIBILITÀ VERSO IL TURISMO IN LIBERTÀ	Concentrazione Comuni partecipanti / vincitori del Bando APC "I Comuni del Turismo in Libertà"	Quota % di Comuni partecipanti e vincitori ^(**) del Bando APC nel periodo 2001-2018 per Regione sul totale dei Comuni partecipanti in Italia ⁽⁶⁾
	Concentrazione Comuni che hanno partecipato più volte al Bando APC	Quota % di Comuni che hanno partecipato più volte al Bando APC nel periodo 2001-2018 per Regione sul totale dei Comuni partecipanti più volte in Italia ⁽⁶⁾

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

^(**) Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e Comuni partecipanti e vincitori dal 2008-09 al 2014-18

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

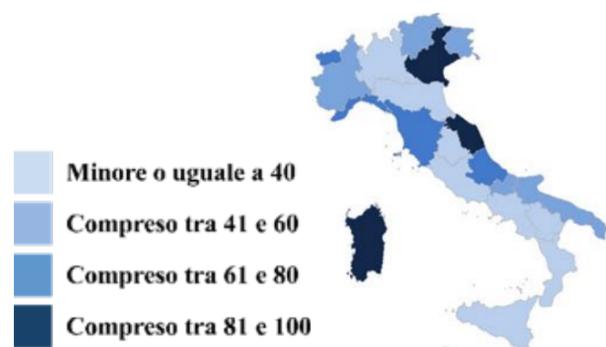
Fonti dei dati:
⁽¹⁾⁽²⁾ ISTAT, Banca d'Italia
⁽³⁾⁽⁵⁾ ISTAT e stime Ciset su dati Osservatorio PleinAir
⁽⁴⁾ Dati Osservatorio PleinAir
⁽⁶⁾ Dati APC

quelli pubblicati nell'Osservatorio 2018 (e riferiti ai dati 2016), si evince come le posizioni di testa rimangano sostanzialmente invariate, con al primo posto la Sardegna, seguita da vicino dalle Marche e poi il Veneto. Le Marche, tuttavia, vedono per la prima volta scendere leggermente il loro livello di attrattività nei confronti del Turismo in Libertà, pur rimanendo ampiamente nel primo gruppo.

Anche Abruzzo, Valle d'Aosta, Toscana e Liguria conservano le posizioni acquisite, presidiando il secondo gruppo, anche se in questa edizione Liguria e Toscana sopravanzano l'Abruzzo. In queste

Regioni, la crescita dei flussi in campeggi e aree attrezzate risulta superiore rispetto ai flussi turistici totali, fatta eccezione per la Valle d'Aosta.

Friuli Venezia Giulia, Puglia, Piemonte e Trentino Alto Adige rimangono nel terzo gruppo (indicatore tra 41 e 60), raggiunte dal Molise, che migliora la sua performance risalendo dal quarto gruppo. Permane, invece, nell'ultimo gruppo l'Emilia Romagna (indicatore inferiore a 40 su 100), dove il turismo degli italiani e degli stranieri in campeggi e aree di sosta cresce in linea con l'aumento del turismo totale diretto nella Regione.



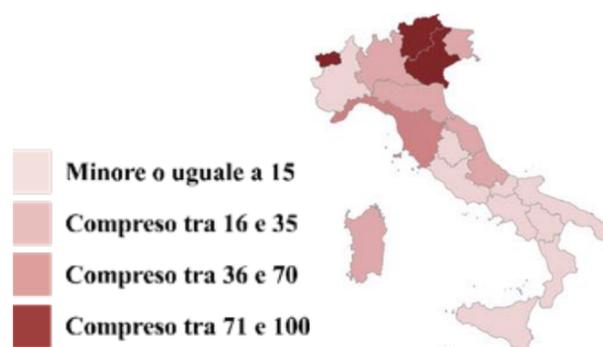
Capacità di attrazione della domanda (indice 0-100)

Mappa 5a.
Capacità di attrazione della domanda di Turismo in Libertà in Italia. Peso dei turisti in libertà in campeggi e aree si sosta sui turisti per Regione

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia e ISTAT

Insieme all'Emilia Romagna troviamo, tra le Regioni settentrionali, la Lombardia, tra quelle centrali, il Lazio e l'Umbria, mentre tra quelle meridionali, Campania, Calabria, Sicilia e Basilicata. Nell'ambito di quest'ultima categoria, sono soprattutto le Regioni del Sud a migliorare il proprio punteggio, in particolare Campania, Calabria e Sicilia.

Come nei precedenti Rapporti, l'attrattività è stata esaminata anche 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 Mappa 5b evidenzia come Veneto e Trentino Alto Adige mantengano il loro ruolo nel gruppo di testa (indicatore superiore a 71 su 100) e vengano raggiunte anche dalla Valle D'Aosta, che ritorna in prima posizione come nel 2014. Si tratta di Regioni dalla particolare conformazione orografica del loro territorio, soprattutto quelle prettamente montane, mentre nel Veneto primeggiano le località balneari della costa adriatica e il Lago di Garda, ricche di strutture ricettive attrezzate, oltre che quelle dolomitiche. Nel secondo gruppo, conferma anche per Liguria e Toscana (indicatore tra 36 e 70), mentre le Marche scendono nel terzo gruppo, a fronte di una flessione dei flussi turistici in libertà tra il 2016 e il 2017. Se l'Italia settentrionale e centrale continuano a rappresentare le aree con la maggiore intensità media di domanda di Turismo in Libertà, nella maggior parte delle Regioni del Mezzogiorno, invece, tale parametro risulta essere inferiore o uguale a 15



Intensità della domanda (indice 0-100)

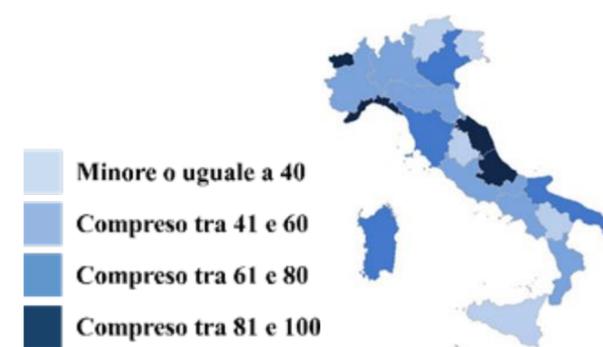
Mappa 5b.
Intensità della domanda del Turismo in Libertà. Distribuzione / concentrazione dei turisti in campeggi e aree attrezzate in rapporto alla popolazione e alla superficie territoriale per Regione

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia e ISTAT

su 100. Fanno eccezione la Sardegna e l'Abruzzo, incluse nel terzo gruppo. Al Sud si riscontra, quindi, una notevole frammentazione della domanda legata, come vedremo successivamente, ad una parimenti frammentata offerta ricettiva in libertà, spesso gestita da privati, rispetto all'intera ospitalità regionale.

5.4 Gli indici di ricettività del Turismo in Libertà

Il grado di specializzazione dell'offerta in libertà, ossia l'incidenza della capacità ricettiva offerta da campeggi e aree di sosta camper rispetto all'accoglienza turistica totale delle singole Regioni, risulta generalmente stabile rispetto all'anno precedente in diversi territori. Come si evince dalla Mappa 5c, le Marche si confermano la Regione caratterizzata da un'elevata specializzazione dell'offerta in libertà, decisamente superiore alla media (indicatore tra 81 e 100), insieme a Liguria, Abruzzo e Valle d'Aosta. In particolare, l'Abruzzo e la Valle d'Aosta vedono migliorare il punteggio raggiunto all'interno della categoria, mentre la Liguria rimane pressoché stabile. Situazione in evoluzione, invece, nella seconda fascia (indicatore compreso tra 61 e 80), questa volta formata da Toscana, Puglia, Sardegna e Veneto, con la Sardegna che sopravanza il Veneto, mentre la Lombardia scende dal secondo al



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

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

Elaborazioni e stime Ciset su ISTAT e Osservatorio PleinAir

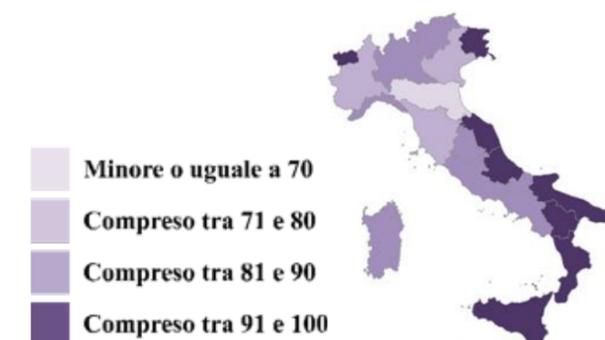
terzo gruppo. Si mantiene basso, invece (indicatore minore o uguale a 40), il livello di specializzazione per Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige al Nord, Umbria al Centro, Basilicata e Sicilia al Sud. Indice di ricettività in libertà su valori medi, infine, per Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Lazio, Calabria, Emilia Romagna, Campania e Molise.

Da notare, comunque, come la Campania e la Calabria siano le uniche, nel gruppo, a vedere aumentare il loro punteggio nell'ambito della stessa categoria, mentre le altre Regioni tendano a rimanere sostanzialmente stabili. Al pari degli anni precedenti, le Marche continuano a presentare il maggiore equilibrio tra l'evoluzione nella specializzazione dell'offerta e nella capacità di attrazione della domanda (confronto tra le Mappe 5a e 5c). In questa Regione, infatti, l'elevata quota di domanda di Turismo in Libertà, rispetto alla domanda turistica regionale totale, è associata ad un peso rilevante dei posti-persona disponibili in campeggi e in aree attrezzate, rispetto all'intera offerta ricettiva regionale. Pressoché in linea anche gli indicatori di domanda e offerta per Toscana, Piemonte e Sicilia, che rientrano nella stessa classe di valori, sebbene più contenuti rispetto alla Regione precedentemente citata. In Sardegna, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige, invece, la capacità di attrarre i turisti in libertà si mantiene nettamente superiore alla specializzazione regionale dell'offerta ricettiva in questo ambito. Tale circostanza è collegata, nelle prime due Regioni, alla presenza di strutture turistico-

ricettive in libertà di medio-grandi dimensioni, che offrono maggiori opportunità di occupazione. Per contro, in tutte le altre Regioni, la specializzazione dell'offerta risulta in proporzione maggiore rispetto alla capacità di attrazione della domanda, con differenziazioni più evidenti soprattutto per Lazio, Liguria e Lombardia, Basilicata e Valle D'Aosta. La qualità delle aree di sosta, misurata in termini di peso delle aree attrezzate sulle aree di sosta totali presenti in ciascuna Regione, è in costante aumento negli ultimi anni sull'intero territorio italiano.

A partire dai dati forniti dall'Osservatorio PleinAir, la Mappa 5d mostra, infatti, come otto Regioni su venti presentino un valore dell'indicatore superiore a 91 su 100, mentre sedici Regioni riportano un valore superiore a 81 su 100. La concentrazione più elevata di aree attrezzate si riscontra al Sud: in particolare, in Puglia, Basilicata, Abruzzo, Calabria e Sicilia, cui si aggiungono, al Nord, Valle d'Aosta e Friuli Venezia Giulia e, al Centro, le Marche. Rispetto al precedente Rapporto, sono soprattutto Basilicata e Valle d'Aosta ad evidenziare un aumento dell'indicatore, sopravanzando il Friuli Venezia Giulia, che invece registra una flessione dell'indicatore, e l'Abruzzo.

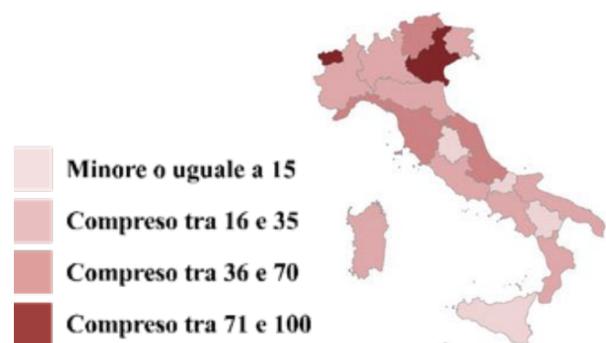
Fanalino di coda, come sempre, l'Emilia Romagna (indicatore minore o uguale a 70), dove l'incidenza in proporzione inferiore di tali aree è compensata da una elevata presenza di punti di sosta e camper service. Confrontando il livello qualitativo delle aree di sosta con il grado di specializzazione dell'offerta in libertà (Mappe 5d e 5c), Marche, Valle d'Aosta e Abruzzo confermano il loro ruolo di migliori Regioni sia per la consistenza dell'offerta complessiva in libertà, sia per la qualità delle aree di sosta.



Qualità delle aree di sosta (indice 0-100)

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

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir



Densità dell'offerta attrezzata (indice 0-100)

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

Elaborazioni e stime Ciset
su ISTAT e Osservatorio PleinAir

In Emilia Romagna, invece, il peso di entrambi gli indicatori risulta in proporzione più basso rispetto alla media nazionale. Al pari della domanda (vedi Mappa 5b), Valle d'Aosta e Veneto sono anche le Regioni che presentano la maggiore densità dell'offerta attrezzata in libertà, misurata in proporzione al numero di abitanti e all'estensione del territorio regionale con un indicatore uguale o superiore a 71 su 100 (Mappa 5e). Le Marche passano invece, di poco, dal primo al secondo gruppo, analogamente a quanto evidenziatosi dal lato della domanda. Seguono Liguria, Toscana, Trentino Alto Adige e Abruzzo (indicatore tra 36 e 70), al pari di quanto evidenziatosi nella scorsa analisi. La concentrazione dell'offerta risulta superiore a quella della domanda nelle Marche, in Abruzzo, in Calabria, in Puglia e nel Lazio. Situazione inversa in Trentino Alto Adige e Veneto, dove la concentrazione della domanda rientra in un range di parametri superiori a quelli dell'offerta (confronto tra le Mappe 5e e 5b). In generale, è il Sud Italia a contraddistinguersi per la minore densità di ospitalità in libertà (indicatore uguale o inferiore o uguale a 15 su 100). Nel Nord-Ovest e in gran parte del Nord-Est, come pure in Emilia Romagna, in Umbria e Toscana al Centro, e nella maggior parte delle Regioni del Sud i risultati dal lato dell'offerta sono pressoché in linea con quelli della domanda, ricadendo nello stesso range di indicatori.

5.5 Il grado di sensibilità verso il Turismo in Libertà

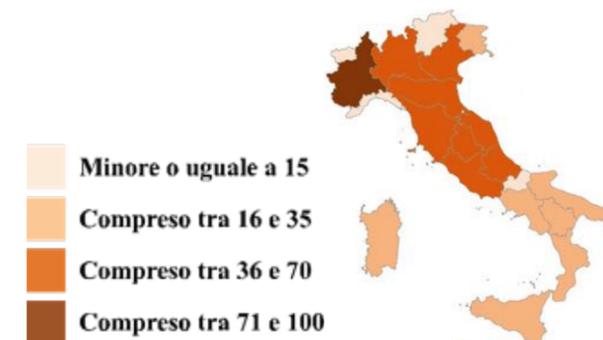
L'ultimo aspetto valutato dall'Osservatorio riguarda il livello di attenzione e sensibilità delle Regioni nei confronti del Turismo in Libertà (Mappa 5f). A partire dall'Osservatorio 2015, la valutazione di tale capacità è stata affinata, per ciascuna Regione, prendendo in esame due elementi:

- il livello di interesse, espresso dalla quota di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato al Bando lanciato da APC "I Comuni del Turismo in libertà" sul totale dei Comuni partecipanti e vincitori in Italia;
- l'intensità di partecipazione, ossia la quota di Comuni presenti sul territorio regionale che hanno partecipato a più edizioni del Bando, sul numero totale dei Comuni italiani partecipanti più volte all'iniziativa.

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 all'aria aperta.

Nello specifico, sono stati considerati i Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e tutti i Comuni partecipanti dal 2008 al 2018. Il Piemonte continua a confermare il suo ruolo di Regione leader, con la maggiore densità di Comuni propensi ad investire e a continuare a lavorare per il potenziamento dell'accoglienza dedicata ai camperisti (indicatore uguale o superiore a 71 su 100). Seguono la maggior parte delle Regioni dell'Italia settentrionale e centrale, in particolare Toscana, Abruzzo, Emilia Romagna, Lombardia, Marche, Lazio, Umbria e Veneto (indicatore tra 36 e 70 su 100).

Rispetto all'Osservatorio 2018, la graduatoria interna rimane invariata. Buona la sensibilità anche di Campania, Calabria, Sardegna, Sicilia, Friuli Venezia Giulia, Puglia e Basilicata (indicatore tra 16 e 35 su 100). Da notare, come rispetto all'anno scorso, le due ultime Regioni meridionali migliorino la loro prestazioni, salendo dal quarto al terzo gruppo, e ciò indica un aumento dei Comuni che mostrano un interesse a investire per il Turismo in Libertà. Viceversa, Molise, Liguria, Trentino Alto Adige e Valle D'Aosta sono in proporzione le Regioni che registrano la minore densità di Comuni partecipanti al Bando rispetto alla media (indicatore inferiore o uguale a 15 su 100).



Sensibilità delle Regioni (indice composito 0-100)

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

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

Elaborazioni Ciset su dati APC

5.6 Considerazioni conclusive

Secondo i risultati dell'Osservatorio 2019, l'immagine del Turismo in Libertà in Italia risulta, come sempre, ampiamente articolata a livello territoriale.

La Mappa 5g presenta un indicatore sintetico di performance, che riassume geograficamente i risultati forniti dai quattro principali parametri 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. Anche per l'edizione 2019 le Regioni con le migliori prestazioni si confermano Marche, Abruzzo, Piemonte, Toscana e Sardegna (indicatore tra 81 e 100). Il Veneto guida il secondo gruppo, seguito da Liguria, Valle d'Aosta, Puglia, Lombardia, Lazio, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia (indicatore tra 61 e 80).

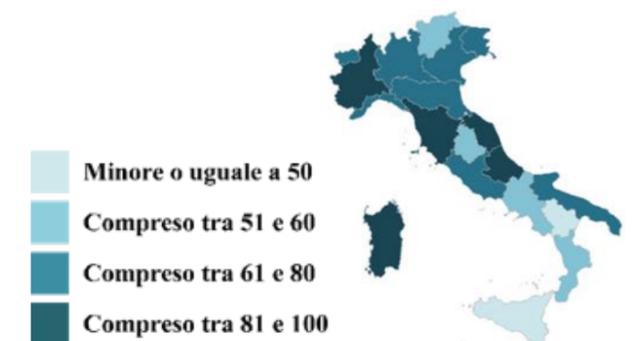
Nel terzo gruppo si piazzano Calabria, Molise, Campania, Umbria e Trentino Alto Adige, mentre agli ultimi posti troviamo la Basilicata e la Sicilia, con valori degli indicatori inferiori a 50. Le Marche mantengono il loro ruolo di Regione con le migliori performance in tutti gli indicatori analizzati dall'Osservatorio, sia dal punto di vista dell'attrattività della domanda sia della specializzazione dell'offerta rivolta ai

turisti itineranti, in particolare nelle aree di sosta multifunzionali e di qualità.

Al secondo posto si posiziona l'Abruzzo che, nonostante segni leggermente il passo rispetto all'anno scorso in termini di specializzazione dell'offerta, migliora la sua performance in termini di capacità di attrazione nei confronti del Turismo in Libertà.

Sul terzo gradino del podio si colloca il Piemonte, che mantiene la più alta concentrazione di Comuni sensibili al Turismo in Libertà a livello nazionale così come una buona specializzazione dal lato dell'offerta, mentre riporta risultati inferiori in termini di attrattività della domanda rispetto al precedente Rapporto, pur rimanendo nello stesso gruppo di merito. Per quanto riguarda, invece, Toscana e Sardegna, entrambe le Regioni vedono un consolidamento delle posizioni registrate nell'Osservatorio 2018, al pari del Veneto.

Con riferimento, infine, a Liguria, Valle d'Aosta e Puglia, la prima ottiene un miglioramento del posizionamento, nonostante la ancora limitata partecipazione dei Comuni del territorio al bando APC, grazie alle buone performance soprattutto dal lato della capacità di attrazione della domanda. La Valle D'Aosta, invece, vede migliorare il suo posizionamento soprattutto dal lato della specializzazione dell'offerta, mentre in Puglia crescono i Comuni che investono in questa tipologia di turismo.



Sensibilità delle Regioni (indice composito 0-100)

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

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

KEY POINTS

1. Sardegna, Marche e Veneto mantengono, anche nel 2017, il loro ruolo di Regioni con la maggiore capacità di attrarre il Turismo in Libertà. La quota percentuale dei turisti che alloggia in campeggi e aree di sosta rispetto alla domanda regionale totale è la più elevata a livello nazionale (oltre il 10% su una media nazionale del 7%).

2. L'intensità della domanda in libertà è invece massima in Veneto, Trentino Alto Adige e Valle D'Aosta (indicatore superiore a 71 su 100).

3. La specializzazione dell'offerta ricettiva dedicata ai turisti in autocaravan, camper e tenda risulta nettamente superiore alla media nelle Marche, accompagnate da Liguria, Abruzzo e Valle d'Aosta (indicatore superiore a 81 su 100). Friuli Venezia Giulia, Basilicata, Trentino Alto Adige, Umbria, Molise e Sicilia presentano invece un grado di specializzazione minimo (indicatore minore di 40 su 100).

4. Otto Regioni italiane su 20 presentano una elevata qualità delle aree di sosta attrezzate (indicatore superiore a 90 su 100). In particolare, si tratta di Puglia, Basilicata, Valle D'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Abruzzo, Calabria, Marche e Sicilia.

5. Valle d'Aosta, Veneto e Marche sono le Regioni con la più elevata densità di offerta ricettiva in libertà (indicatore superiore a 71 su 100), seguite da Liguria, Toscana, Trentino Alto Adige e Abruzzo (indicatore tra 36 e 70).

6. Considerando i Comuni partecipanti al Bando APC per l'assegnazione di contributi destinati alla realizzazione di aree di sosta multifunzionali, le municipalità del Piemonte si confermano quelle più interessate e sensibili all'accoglienza, insieme a quelle di Toscana, Abruzzo, Lombardia, Emilia Romagna, Marche e Veneto. In particolare, Liguria, Abruzzo, Toscana, Piemonte, Umbria, Marche e Calabria sono le Regioni dove in proporzione è più elevato il numero di Comuni partecipanti a più edizioni del bando APC sul totale dei partecipanti (oltre l'80%).

7. Anche per l'edizione 2019, la Regione Marche registra le migliori performance in tutti gli indicatori analizzati dall'Osservatorio, rappresentando quindi uno dei territori che ha maggiormente investito nelle potenzialità di questa modalità turistica, sia dal punto di vista dell'offerta dedicata ai turisti itineranti, sia della domanda in libertà sul totale regionale.

8. Al secondo posto si conferma l'Abruzzo che, nonostante segni leggermente il passo in termini di specializzazione dell'offerta, migliora la sua performance in termini di capacità di attrazione della domanda.

9. Il Piemonte mantiene la più alta concentrazione di Comuni sensibili al Turismo in Libertà a livello nazionale, così come una buona specializzazione dal lato dell'offerta, mentre vede leggermente diminuire la sua attrattività nei confronti dei turisti in libertà.

10. Toscana e Sardegna vedono un consolidamento delle posizioni registrate nell'Osservatorio 2018, al pari del Veneto.

6.

ANALISI
DELLA RETE
TURISTICO-
RICETTIVA

6.1 L'ospitalità itinerante in libertà in Italia

In base ai dati forniti dalla rivista PleinAir, nel 2018 si sono conteggiate 2.264 aree di sosta presenti nel territorio italiano e localizzate in zone esterne ai campeggi. Come risulta dalla Tabella 6a, il sistema turistico-ricettivo in libertà del Belpaese è suddiviso in tre categorie: aree attrezzate (70,9% delle aree totali), camper service (15,5%) e punti di sosta non attrezzati (13,6%). Analogamente agli anni precedenti, la gestione delle aree di sosta risulta equamente distribuita tra Comuni e operatori privati, grazie alla significativa crescita delle aree private riscontrata tra il 2015 e il 2017. Nel 2018 l'aumento è del +1% per entrambe le tipologie. Nei parchi italiani si trovano quasi l'8% delle aree di sosta attrezzate, di cui il 62% in quelli nazionali e l'89% nei regionali.

PUNTI DI SOSTA	CAMPER SERVICE	AREE ATTREZZATE
13,6%	15,5%	70,9%

Tabella 6a.
Area di sosta in Italia nel 2018.
Distribuzione % per tipologia

	PUNTI DI SOSTA	CAMPER SERVICE	AREE ATTREZZATE	AREE TOTALI
NORD OVEST	16,0	30,8	19,8	20,3
NORD EST	34,0	29,9	21,2	23,9
CENTRO	24,4	24,6	25,6	25,4
SUD E ISOLE	25,6	14,7	33,4	30,4

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

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

Glossario

PUNTO DI SOSTA

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

CAMPER SERVICE

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

AREA DI SOSTA ATTREZZATA

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

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

Diversamente, i camper service restano collocati per il 38,4% lungo le aree autostradali. Se non prendiamo in considerazione queste ultime (1), il 44,2% delle aree totali si trova nel Nord Italia, di cui il 23,9% a Nord-Est, mentre il 20,3% a Nord-Ovest. Come evidenziato nella Tabella 6b, al Sud e al Centro sono invece localizzate, rispettivamente, il 30,4% e il 25,4% delle aree italiane totali. Parallelamente, le aree di sosta attrezzate sono posizionate per il 41% nel Settentrione, mentre il 33,4% al Sud e nelle Isole ed il 25,6% al Centro. Sempre al Nord si concentra la maggiore parte dei camper service, con una incidenza del 61% sul totale italiano, di cui il 31% nel Nord-Ovest e il 30% nel Nord-Est, mentre i punti di sosta sono presenti soprattutto al Nord-Est (34% dei totali) e al Sud e nelle Isole (25,6% dei totali).

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

Tabella 6c.
Aree di sosta totali in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

PIEMONTE	19,9
EMILIA ROMAGNA	17,5
TOSCANA	12,8
VENETO	9,5
LOMBARDIA	9,0
MARCHE	6,2
CAMPANIA	3,8
SICILIA	3,8
SARDEGNA	3,8
UMBRIA	3,3
ALTRE	10,4

Tabella 6e.
Camper service in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

6.2 Le strutture ricettive a livello regionale

In base alle stime del mensile PleinAir, il Piemonte, con l'11,5% delle aree totali, consolida nel 2018 la propria supremazia come Regione con il maggior numero di aree di sosta.

In seconda posizione, come illustrato nella Tabella 6c, si colloca l'Emilia Romagna (quasi il 10% delle aree di sosta totali), seguita dalla Toscana (9,6%),

PIEMONTE	10,7
TOSCANA	8,8
PUGLIA	8,3
MARCHE	8,1
EMILIA ROMAGNA	7,6
VENETO	7,4
SICILIA	7,0
LAZIO	5,2
LOMBARDIA	5,2
CAMPANIA	4,6
ALTRE	27,0

Tabella 6d.
Aree di sosta attrezzate in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

EMILIA ROMAGNA	17,0
VENETO	11,2
TOSCANA	11,2
PIEMONTE	9,9
LAZIO	6,4
PUGLIA	5,1
SICILIA	5,1
MARCHE	3,8
CAMPANIA	3,5
CALABRIA	3,5
ALTRE	23,1

Tabella 6f.
Punti di sosta in Italia:
distribuzione % nelle prime 10 Regioni

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

dal Veneto (8,2%), e dalle Marche (7,3%). Ottimo risultato anche per la Puglia (7% delle aree totali), che ormai da quattro anni rientra tra le prime dieci Regioni a livello nazionale, oltre a detenere il primato tra le Regioni meridionali per offerta di aree di sosta, piazzandosi davanti alla Sicilia (6,4%) e alla Campania (4,4%).

Prendendo in esame anche le diverse tipologie di aree, il quadro generale non muta. Il Piemonte si conferma al primo posto anche per quanto concerne le aree di sosta attrezzate (10,7% delle aree attrezzate totali), seguito, come evidenziato nel Grafico 6d, da Toscana (8,8%), Puglia (8,3%), Marche (8,1%), ed Emilia Romagna (7,6%), che supera il Veneto (7,4%).

Ed è ancora il Piemonte a detenere il primato anche per l'offerta di camper service, come risulta dalla Tabella 6e, con il 19,9% sul totale di queste aree presenti in Italia, seguito da Emilia Romagna (17,5 dei totali), Toscana (12,8%), Veneto (9,5%) e Lombardia (9%). Per i punti di sosta (Tabella 6f) è l'Emilia Romagna a farla da padrone con la maggiore concentrazione (17% rispetto al totale dei punti di sosta presenti sul territorio nazionale). Sul podio anche il Veneto (11,2%), che nel 2018 si posiziona a pari merito con la Toscana (11,2%), e il Piemonte (9,9%), seguite a distanza dal Lazio (6,4). Le prime Regioni del Sud sono Puglia e Sicilia, in sesta e settima posizione, con una quota del 5,1% ciascuna sui punti di sosta totali.

Quanto alla tipologia di gestione, pubblica o privata, delle aree di sosta, il Nord con il 55,8% del totale, si conferma la macro-area con il numero più elevato di strutture ricettive comunali, seguito dal Centro (29% delle totali) e dal Sud e Isole (15,2% delle totali). Il 48,8% delle aree di sosta nazionali a gestione privata è invece localizzato nel Mezzogiorno e nelle Isole, il 30,2% al Nord e il 21% nel Centro (Tabella 6g).

Da sottolineare, a dimostrazione di come il nostro Paese sia particolarmente sensibile verso questa tipologia di turismo, il dato di crescita medio annuo del numero di aree di sosta totali, pari al +2,4% nel triennio 2016-2018.

	PRIVATE	COMUNALI
NORD OVEST	12,1%	26,8%
NORD EST	18,1%	29,0%
CENTRO	21,0%	29,0%
SUD E ISOLE	48,8%	15,2%

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

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

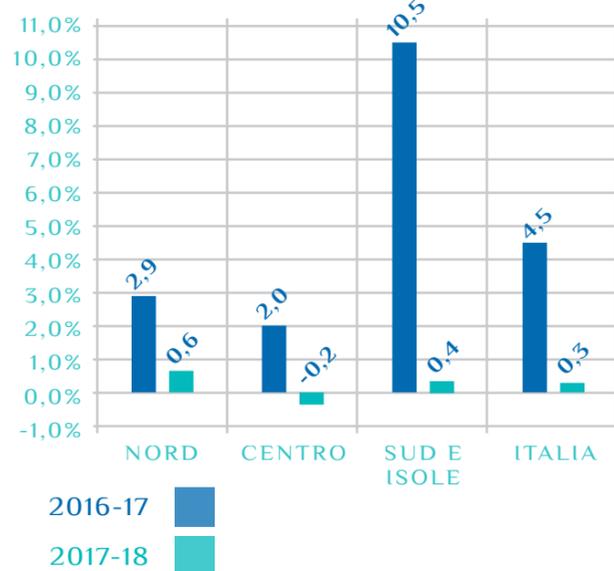


Grafico 6a.
Aree di sosta in Italia: dinamica 2016-18 per
macroarea territoriale (var. annue %)



Tale dato nasconde un andamento differenziato nei due bienni, con un aumento del +4,5% tra 2016 e 2017 e una sostanziale stabilità tra 2017 e 2018.

Come risulta dal Grafico 6a, tra il 2016 e il 2017 sono principalmente il Sud e le Isole a registrare gli incrementi maggiori (+10,5%), mentre tra il 2017 e il 2018 è il Nord a mostrare una relativa maggiore espansione (+0,6%).

Confrontando le diverse tipologie di aree di sosta, il Grafico 6b mostra come tra il 2016 e il 2017 siano i punti di sosta e le aree attrezzate a registrare l'aumento più significativo (rispettivamente, +7% e +4,9%) e a mantenere una certa crescita anche tra il 2017 e il 2018 (+0,7% ciascuno).

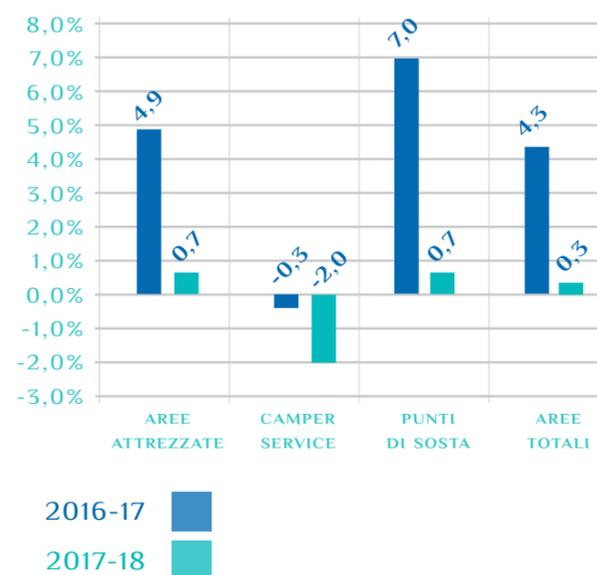


Grafico 6b.
Aree di sosta in Italia: dinamica 2016-2018
per tipologia di area (var. annue%)

PUNTI DI SOSTA	AREE DI SOSTA	AGRI-CAMPEGGI
35,2%	21,0%	43,8%

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

Elaborazioni Ciset su dati Osservatorio PleinAir

I camper service, invece, che già segnavano una stagnazione negli anni 2016 e 2017 (-0,2%), evidenziano una flessione del -2% tra il 2017 e il 2018.

A queste strutture si aggiungono le aree e punti AgriPleinAir che includono 520 realtà in tutto il Paese: di queste, il 56% è costituito da aree e punti di sosta che permettono il parcheggio del veicolo all'interno di realtà aziendali per 24 ore, gratuitamente oppure a seguito di consumazione di un pasto e/o acquisto di prodotti tipici locali. Il restante 44% è rappresentato da aree di sosta situate all'interno di agriturismi con uno spazio dotato di tutti i servizi necessari (illuminazione, acqua e attacco elettrico), come evidenziato dalla Tabella 6h. L'Italia vanta 223 agricampeggi, categoria che rimane pressoché stabile rispetto all'anno precedente, a fronte invece di una diminuzione del numero totale di aree di sosta (-7,7%), mentre rimangono sostanzialmente invariati i punti destinati al parcheggio del mezzo all'interno di un agriturismo. Tali aree si trovano soprattutto al Nord e al Centro (che raccolgono ciascuna il 36% dei punti AgriPleinAir totali) e in misura minore al Sud e nelle Isole (28% dei totali).

6.3 Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà"

Tra i provvedimenti più significativi adottati da APC per incrementare il Turismo in Libertà, si ricorda il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà", attivo sin dal 2001 e finalizzato ad erogare contributi economici per il potenziamento del sistema ricettivo in Italia. L'iniziativa, ideata su proposta del Past President APC Luano Niccolai, è rivolta ai Comuni italiani e ha come obiettivo la realizzazione di nuove aree di sosta multifunzionali ed ecosostenibili per caravan e camper sul nostro territorio.

Il progetto è promosso in collaborazione con ANCI-Associazione Nazionale Comuni Italiani, Federparchi-Europarc Italia, Federterme e FEE-Fondazione per l'Educazione Ambientale e prevede l'assegnazione di un finanziamento di 20 mila euro ai Comuni vincitori per ciascuna delle quattro categorie in cui si articola il Bando.

Da quando è stato istituito, il Bando ha permesso l'apertura di 45 nuove aree in 20 Regioni italiane. Tra i parametri presi in considerazione viene valorizzato il rispetto dei criteri di sostenibilità ed eco-compatibilità e la qualità dei servizi offerti agli utenti di Veicoli Ricreazionali.

6.4 Modelli di marketing territoriale

Sempre più amministrazioni locali prestano maggiore attenzione alle enormi potenzialità offerte dal Turismo in Libertà in seguito alla crescente richiesta di questa tipologia di viaggi che permette di stare a contatto con la natura, scoprendo in piena autonomia le peculiarità del territorio, i suoi splendori e le sue eccellenze, valorizzando in tal senso anche le perle nascoste del nostro Paese. In particolare due Regioni si sono dimostrate particolarmente sensibili verso il turismo itinerante realizzando iniziative ad hoc per la promozione di questa tipologia di vacanza. Toscana ed Emilia Romagna hanno infatti lanciato dei portali web dedicati al Turismo in Libertà allo scopo di fornire indirizzi e consigli utili per poter vivere nel miglior modo possibile un'esperienza di viaggio in libertà on the road.

Nel sito web "Turismo.InToscana.it", il portale della Regione interamente dedicato al turismo, è stato attivato un apposito canale riservato ai viaggi in libertà, dove si trovano informazioni sugli itinerari, sulle località, sulle strutture ricettive e sugli eventi per una perfetta vacanza in autocaravan o caravan. All'interno della sezione è inoltre possibile trovare un elenco di destinazioni a basso impatto ambientale le quali permettono di vivere un'esperienza capace di combinare il rispetto per il verde e l'amore per l'arte, dato l'immenso patrimonio naturalistico e culturale della Regione Toscana.

Anche l'Emilia Romagna presenta all'interno del sito dedicato al turismo "EmiliaRomagnaTurismo.it", un'apposita sezione per gli appassionati del Turismo in Libertà. Introdotta da un esplicativo messaggio in home page: "Viaggiare in camper è oggi sinonimo di libertà, puoi organizzarti la vacanza dove vuoi. [...] E, soprattutto, puoi inoltrarti all'interno di aree naturali e territori meno frequentati dal turismo di massa o in città d'arte minori dove l'offerta di alloggio è spesso esigua, ma tante le occasioni di cultura e di scoperta".

Anche in questo caso, si possono trovare informazioni relative a percorsi, eventi e luoghi da esplorare.

Da sottolineare inoltre l'ampia sezione dedicata ai viaggi in camper sul sito del Touring Club Italiano (www.touringclub.it/notizie/camper), la cui filosofia dell'abitare viaggiando per scoprire o riscoprire libertà di movimento, gioia di vivere all'aria aperta, contatto diretto e genuino con la natura e con i territori attraversati, è condivisa dal Touring Club Italiano fin dalla sua fondazione, nel 1894: una vacanza in camper - o come si dice, "en plein air" - è una vacanza ecologica, indipendente, di qualità, che sempre più persone dimostrano di apprezzare e di preferire alle vacanze "tradizionali".

A queste iniziative si aggiungono i Protocolli d'intesa siglati da APC nel corso degli ultimi anni

	FATTURATO € (MILIARDI)	QUOTA %	PRESENZE (MILIONI)	QUOTA %
TURISMO IN LIBERTÀ	2.6	100%	56.0	100%
di cui				
TURISMO NEI CAMPEGGI (*)	1.6	63,3%	33,0	59,0%
TURISMO IN AREE DI SOSTA	1.0	36,7%	23,0	41,0%
TURISMO ITALIANO	1.3	51,7%	28,4	50,8%
TURISMO STRANIERO	1.3	48,3%	27,6	49,2%

Tabella 6i.

Turismo in Libertà in Italia nel 2017.

Dimensione economica e fisica, per tipologia e provenienza

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

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



con alcuni Comuni di varie Regioni per potenziare la ricettività del turismo all'aria aperta e le convenzioni sottoscritte con primarie realtà museali italiani per offrire attraverso l'APC Gold Card, scontistiche, ingressi dedicati, visite guidate e altre agevolazioni ai turisti in libertà.

6.5 Il fatturato generato

Secondo le stime effettuate dal Ciset per conto di Fiere di Parma, il fatturato generato nel 2017 dal Turismo in Libertà in Italia ammonta a circa 2,6 miliardi di euro annui.

Questo valore include i ricavi provenienti dal turismo in tenda, autocaravan e caravan, indipendentemente dall'area di sosta prescelta e comprende i soggiorni trascorsi sia all'interno dei campeggi che all'esterno.

Gli introiti prodotti dal turismo nelle aree di sosta al di fuori dei campeggi (aree attrezzate, punti di sosta e camper service) ammontano a circa 1 miliardo di euro annui, ovvero il 36,7% del fatturato totale generato dal Turismo in Libertà (Tabella 6i). Se consideriamo, invece, le presenze, si stima che quelle al di fuori dei campeggi siano 23 milioni, pari

al 41% del totale, mentre il 59% risulta concentrato all'interno dei campeggi.

Il Turismo in aree di sosta è quindi un turismo a buona capacità di spesa pro capite, in grado di creare un impatto interessante sul territorio.

Ciò è dovuto al fatto che la spesa per la piazzola è in proporzione inferiore (nelle aree comunali spesso gratuita o a basso costo), pertanto l'indotto generato dai turisti deriva in misura maggiore da spese quali la ristorazione, il trasporto locale, lo shopping, le visite ad attrazioni, ecc.

Il confronto tra la dimensione economica e quella fisica evidenzia un leggero aumento delle quote relative al turismo in aree di sosta rispetto al 2016 (erano, rispettivamente, intorno al 35% e 39%) a fronte di una diminuzione di quelle dei campeggi.

Considerando la provenienza dei turisti, i turisti internazionali generano 27,6 milioni di presenze e 1,3 miliardi di euro di fatturato, con una incidenza rispettivamente del 49,2% e del 48,3% sui valori totali.

I turisti italiani in libertà generano, invece, 28,4 milioni di presenze e 1,3 miliardi di euro di fatturato, mantenendo il ruolo di principali clienti dei campeggi e delle aree di sosta nazionali, con una incidenza intorno al 51-52% a seconda dell'indicatore considerato.

6.6 Il quadro normativo italiano e regionale

In Italia, purtroppo, il settore turistico non viene disciplinato da una normativa nazionale condivisa, essendo questa materia demandata alla competenza specifica di ciascuna amministrazione regionale. L'impossibilità per lo Stato di definire le linee guida strategiche per tutto il Paese, 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". Un passo avanti è stato fatto proprio a fine 2016 quando il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, ha presentato al Consiglio dei Ministri il Piano Strategico del Turismo 2017-2022, che delinea le azioni da attuare per rilanciare la leadership italiana sul mercato turistico internazionale. Elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo, con il coordinamento dell'allora Direzione Generale Turismo del MiBACT, il PST rappresenta l'occasione per dare piena operatività all'indirizzo strategico di spingere verso il brand "Italia", ponendo il settore turistico al centro delle politiche di sviluppo del Paese.

Per quanto concerne il Turismo in Libertà, la completa assenza di una regia statale non favorisce la diffusione della ricettività del turismo itinerante. La normativa è lasciata alle disposizioni adottate a livello locale dalle singole Regioni con l'inevitabile conseguenza che alcuni territori particolarmente sensibili verso questa tipologia turistica presentano un quadro normativo molto variegato, mentre in altre Regioni, la disciplina è addirittura inesistente.

Per ovviare a questo deficit, la Toscana è stata tra le prime Regioni a regolamentare il Turismo in Libertà, emanando la legge regionale n. 42 del 2000, ora sostituita dalla nuova legge regionale n. 86 del 20 dicembre 2016 la quale, oltre ad attribuire il giusto valore alle aree di sosta, considerandole a pieno titolo strutture ricettive (art. 24), ne regola anche la capienza (da 5 a 50 piazzole) e il tempo massimo di sosta (72 ore) e disciplina altre strutture ricettive quali campeggi e camping village. Inoltre, sempre in Toscana, tra le ultime novità previste nell'ambito delle modifiche alla legge regionale sull'agriturismo, è stata introdotta la sosta breve gratuita per camper

presso aziende agricole, fino a 10 mezzi senza alcuna prescrizione e oltre 10 mezzi con la presenza di dispositivi antincendio, allo scopo di favorire l'ospitalità presso spazi aperti della Regione.

Anche la Lombardia si è dimostrata all'avanguardia nella regolamentazione del Turismo in Libertà con la nuova legge regionale sul turismo n. 27 del 1 ottobre 2015, la quale rappresenta un punto di svolta fondamentale per lo sviluppo di questo comparto. L'articolo 42, comma 9 affronta il tema delle aree di sosta, stabilendo che vengano inserite a pieno titolo fra le strutture ricettive all'aria aperta, con una conseguente rigorosa regolamentazione (art. 37) dei loro requisiti strutturali. Successivamente è stato approvato il regolamento regionale del 19 gennaio 2018 con il quale sono state introdotte una serie di disposizioni per la disciplina e la classificazione delle aziende ricettive all'aria aperta, coinvolgendo non solo i campeggi, ma anche i villaggi e le aree di sosta, per innalzare la qualità dei servizi nelle strutture ricettive all'aria aperta lombarde allo scopo di soddisfare le esigenze sempre crescenti dei turisti internazionali. Tra le principali innovazioni, si segnala l'introduzione della 'quinta stella'; la gestione unitaria delle strutture che, nell'interesse del turista, assegna la responsabilità di garantire la qualità del servizio complessivo a un unico gestore, anche nel caso in cui siano presenti fornitori di servizi diversi da quello di alloggio; la disciplina delle aree di sosta, che stabilisce i requisiti per garantire il rispetto delle norme in materia di sicurezza; un livello qualitativo e informativo omogeneo sul territorio regionale da fornire ai turisti. Un'altra Regione che si è distinta a livello nazionale per favorire lo sviluppo del Turismo in Libertà, è il Friuli Venezia Giulia, che, con legge regionale n. 2 del 2002, modificata più recentemente dalla legge regionale n. 21 del 2016, ha incentivato la creazione di aree di sosta da parte di Comuni singoli o associati (art. 106), erogando contributi alle amministrazioni comunali per una copertura massima del 50%, al fine di realizzare, rinnovare e ingrandire aree per la sosta di autocaravan e caravan (art. 109). 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.

Anche Umbria e Marche hanno emanato apposite normative. Con la legge regionale n. 115 del 2006 l'Umbria determina una vera disciplina del camperismo, assicurando, l'erogazione dei servizi essenziali: nell'art. 44, in particolare, i Comuni vengono sollecitati a realizzare aree attrezzate idonee all'accoglienza dei turisti in libertà, a norma con quanto stabilito dall'art. 185 comma 7 del Codice della Strada. La regolamentazione delle strutture ricettive all'aria aperta e delle aree di sosta è stata successivamente recepita nella nuova legge regionale in materia di turismo n. 13 del 2013 e dalla più recente legge regionale n. 8 del 10 luglio 2017 che disciplina le strutture ricettive all'aria aperta nell'ambito della legislazione turistica regionale.

Secondo l'art. 1 del capo IV, i Comuni, per consentire la sosta di caravan, autocaravan, camper e simili mezzi mobili di pernottamento, compatibilmente con i loro strumenti urbanistici, possono prevedere e istituire aree attrezzate riservate esclusivamente alla sosta temporanea e al parcheggio di tali mezzi, per ventiquattro ore. La sosta è consentita fino ad un massimo di quarantotto ore in caso di assenza di strutture ricettive all'aria aperta.

Con il "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo" legge n. 9 del 2006, la Regione Marche rappresenta un modello italiano in merito al riconoscimento normativo dell'ospitalità turistica dedicata ai turisti in libertà. L'art. 35 della Legge 9/2006 disciplina le aree attrezzate riservate esclusivamente alla sosta e al parcheggio di autocaravan e caravan. Vero elemento innovativo della normativa regionale, riguarda l'introduzione della DGR n. 1701/2009 con la quale sono stati definiti i requisiti e le modalità di riconoscimento delle aree sosta di eccellenza. Dopo accurati sopralluoghi, un'apposita Commissione della Regione Marche ha individuato 18 aree, presenti nella guida "plein air Marche" consultabile e scaricabile dal sito www.turismo.marche.it, che non si limitano a un'offerta base di servizi (sosta e camper service) ma possiedono le caratteristiche per una confortevole permanenza. Un ulteriore aggiornamento della normativa è stato approvato con deliberazione della Giunta Regionale n. 88 del 21 febbraio 2018 la quale ha previsto

modifiche e integrazioni alle "Disposizioni attuative delle strutture ricettive all'aria aperta di cui alla L.r. 32/2014".

Anche il Molise annovera le aree di sosta tra le strutture ricettive all'aria aperta, grazie alla legge regionale n. 5 del 2001 "Norme in materia di disciplina e classificazione di campeggi, villaggi turistici ed aree di sosta", successivamente modificata nell'articolo 2 dalla legge regionale n. 10 del 2008.

Per quanto riguarda, invece, la definizione di regole precise sulla creazione di strutture ricettive per autocaravan, sono determinanti le leggi regionali della Valle d'Aosta e del Veneto, rispettivamente la n. 8 del 2002 "Disciplina dei complessi ricettivi all'aperto e norme in materia di turismo itinerante" (artt. 15-18) e la n. 33 del 2002 (art. 44). La prima definisce le dotazioni base per le aree di sosta, ovvero il pozzetto di scarico autopulente, l'erogatore di acqua potabile, l'adeguato sistema d'illuminazione e i contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti. Mentre nella normativa veneta vengono inoltre specificati i criteri di progettazione ecosostenibile, come ad esempio, l'estensione dell'area in modo da avere il minor impatto ambientale e la presenza di siepi e alberature, le quali non devono occupare una superficie minore al 20% dello spazio complessivo. Inoltre, la Regione Veneto concede contributi in conto capitale ai Comuni per la realizzazione delle suddette aree attrezzate riservate esclusivamente alla sosta temporanea ed al parcheggio di mezzi mobili. Anche l'Emilia Romagna disciplina con legge regionale n. 16 del 2004 all'articolo 6 le strutture ricettive all'aria aperta e all'articolo 15 le aree attrezzate per la sosta temporanea di caravan, autocaravan, camper e altri veicoli ricreazionali, mentre il Piemonte con la recentissima legge regionale n. 5 del 22 febbraio 2019 sancisce nuove disposizioni in materia di strutture ricettive all'aperto, ovvero campeggi e villaggi turistici, campeggi temporanei o mobili, punti sosta, disciplinando, tra le novità, il "garden sharing", una sorta di airbnb del giardino, che permette a chi possiede un giardino di ospitare turisti campeggiatori.

Il provvedimento aggiorna la legge finora in vigore, risalente al 1979, e armonizza il contesto legislativo piemontese, rendendolo più vicino alle esigenze del mercato turistico nazionale e internazionale.

1. Nel 2018 le aree di sosta presenti in Italia ed esterne ai campeggi, sono 2.264 secondo l'Osservatorio curato dalla rivista PleinAir: il 70,9% sono aree attrezzate, il 15,5% camper service e il 13,6% punti di sosta non attrezzati.

2. La gestione delle aree risulta equidistribuita tra Comuni e operatori privati, data la consistente crescita delle aree private tra il 2015 e il 2017. Nel 2018 la crescita è del +1% per entrambe le tipologie.

3. La Regione con il numero più elevato di aree totali è il Piemonte con l'11,5%, confermando la propria capacità ricettiva per il Turismo in Libertà, seguito da Emilia Romagna (9,9%), Toscana (9,6%) e Veneto (8,2%).

4. Tra il 2016 e il 2018 sono le aree attrezzate e i punti di sosta a registrare l'aumento più significativo. La crescita è stata rispettivamente del +2,8% per le prime, e del +3,8% per i secondi. In flessione, invece, i camper service (-1,1% medio annuo). Questi dati riflettono la crescente sensibilità della Penisola per il Turismo in Libertà.

5. L'Italia vanta 223 agricampeggi, categoria che rimane pressoché stabile rispetto all'anno precedente, a fronte invece di una diminuzione del numero totale di aree di sosta (-7,7%), mentre rimangono sostanzialmente invariati i punti destinati al parcheggio del mezzo all'interno di un agriturismo.

6. Il Bando "I Comuni del Turismo in Libertà" promosso da APC dal 2001 per aumentare l'offerta delle aree di sosta multifunzionali e integrate con il territorio italiano, offre un contributo di 20 mila euro ai migliori progetti presentati dai Comuni italiani.

7. Il Turismo in Libertà attira una crescente attenzione da parte delle amministrazioni locali interessate alle enormi potenzialità che tale tipologia di viaggi offre. Ne sono un esempio i portali online dedicati al turismo itinerante delle Regioni Toscana ed Emilia Romagna e i Protocolli d'Intesa con Comuni di varie Regioni.

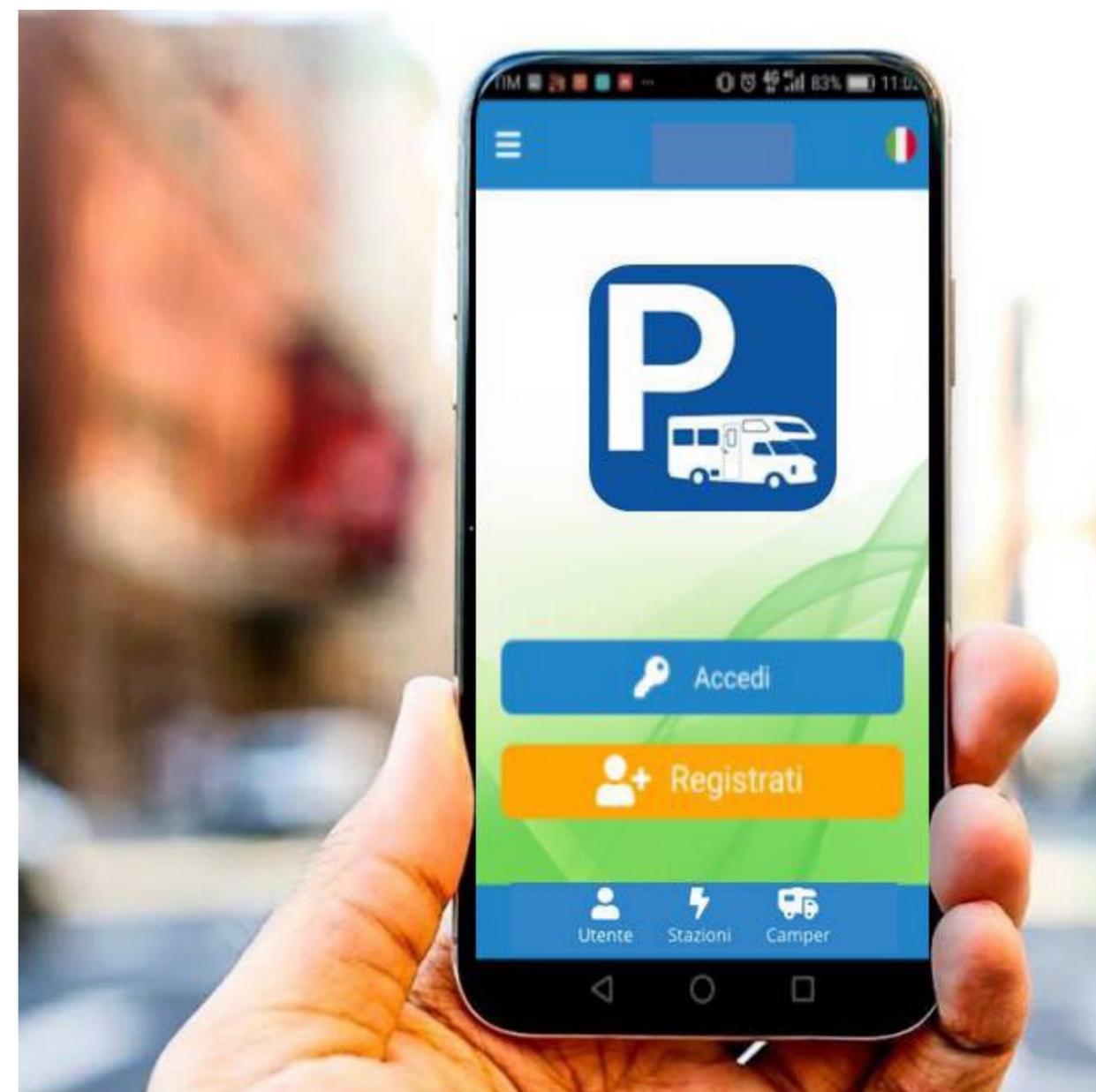
8. Secondo le stime effettuate dal Ciset per conto di Fiere di Parma, il fatturato generato nel 2017 dal Turismo in Libertà in Italia ammonta a circa 2,6 miliardi di euro annui. Gli introiti prodotti dal turismo nelle aree di sosta al di fuori dei campeggi (aree attrezzate, punti di sosta e camper service) ammontano a poco meno di 1 miliardo di euro annui, ovvero il 36,7% del fatturato totale generato dal Turismo in Libertà.

9. Considerando le presenze, si stima che quelle al di fuori dei campeggi siano 23 milioni, pari al 41% del totale, mentre il 59% risulta concentrato all'interno dei campeggi.

10. Seppur a livello nazionale non ci sia una legislazione condivisa, molte Regioni hanno adottato specifici provvedimenti per promuovere il Turismo in Libertà. Da segnalare le normative regionali di Toscana, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Marche, Valle d'Aosta, Veneto, Molise, Emilia Romagna e Piemonte.

7.

AREA DI SOSTA ATTREZZATA NUOVE TECNOLOGIE 4.0 E L'ECO-MOBILITY



7.1 Area di sosta camper

L'evoluzione naturale del settore

Il crescente aumento del Turismo in Libertà ha generato una crescita ed evoluzione delle sue strutture ricettive, favorendo così, nel giro di pochi anni, non solo lo sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative ma anche nuovi modelli progettuali.

Un primo esempio riguarda la realizzazione di aree di sosta camper, non più concepite solamente come un semplice parcheggio, ma dotate di una serie di servizi la cui gestione permette di avviare un'attività molto più complessa e stimolante di ricettività turistica.

Aprire una di queste strutture è un'innovativa forma di business, chi decide di intraprendere questo percorso è un imprenditore sinergico e non individualista, in quanto l'area sosta camper, non è solo un punto di arrivo, ma è anche e soprattutto uno snodo fondamentale per creare collaborazioni e fare rete sia con le realtà locali (aziende agricole, ristoranti, attività sportive e ludiche), che con il proprio Comune (musei, eventi, sagre, parchi, piste ciclabili, siti archeologici, culturali, ecc...), creando così un vero e proprio circuito virtuoso.

Ormai come abbiamo già visto il Turismo in Libertà si sta imponendo come principale "protagonista" della sostenibilità del territorio, in virtù della sua vocazione ad esplorare, attraverso la sua casa "itinerante", riuscendo a raggiungere posti che il turismo classico non conosce o non ha interesse di conoscere.

Ad oggi per quanto rispetto al passato si siano fatti passi da gigante, siamo ben lontani dal pensare di aver raggiunto "lo stato dell'arte" poiché l'evoluzione tecnologica raggiunta anche in ambiti distanti anni luce dal plein air è contaminante e riesce a fornire a chi crede seriamente nella Ricerca & Sviluppo



ed ha capacità inventiva, nuovi spunti e intuizioni per sperimentare soluzioni all'avanguardia, che ci porranno di fronte a nuovi scenari e scelte imprenditoriali sempre più al passo con i tempi.

Del resto, i viaggiatori in camper e caravan, oltre a crescere in modo esponenziale, sono parallelamente sempre più esigenti e tecnologici e giustamente con alte aspettative nel ricercare approdi performanti, sicuri ed adeguati alle loro necessità ed ai loro mezzi.

In questo capitolo introduciamo alcune di queste novità, che consentiranno di elevare in tempi rapidi il target dell'ospitalità per i Veicoli Ricreazionali ed il livello imprenditoriale legato alle aree sosta camper.

7.2 Nuovi modelli di progettazione

La realtà virtuale

L'approccio allo studio di un'area sosta camper, è spesso sottovalutato assimilando erroneamente la tipologia di sistemazione ad un "parcheggio un pò particolare", al contrario questo tipo di soluzione nasconde delle criticità e delle insidie che se non correttamente preventivate potrebbero anche determinare l'insuccesso dell'opera.

Grazie alle nuove tecnologie oggi è possibile sviluppare studi di fattibilità in 3D che consentono di soddisfare la sfera emotiva o sensoriale del neo o futuro imprenditore, aiutando fattivamente il progettista e l'investitore a fare le scelte giuste.

Nella progettazione classica si lavora sul 2D (planimetrie, sezioni e prospetti), dovendo immaginare come potrebbe essere. Con la progettazione 3D invece è come iniziare dalla fine, in quanto il tridimensionale consente di proiettarci nel futuro e vedere perfettamente come sarà.

Lo strumento del 3D facilita inoltre chi è preposto (il Comune) a valutare se concedere o meno le



necessarie autorizzazioni, potendo percepire con chiarezza il progetto, comprendendone il valore, anche senza una competenza tecnica specifica.

Grazie quindi alla realtà virtuale, attraverso un visore chiamato "Oculus", si può fare un vero e proprio viaggio all'interno del progetto.

Questo oltre a rappresentare un ottimo biglietto da visita è certamente un aiuto per superare eventuali perplessità per chi non conosce le potenzialità di questo settore.

Tale metodologia di progettazione è fondamentale per calibrare al meglio l'investimento, evitando di realizzare opere iper-dimensionate, potendo eventualmente realizzare in una prima fase le predisposizioni per future implementazioni e per poi nel tempo far crescere la struttura, in funzione del suo andamento e delle criticità emerse durante l'attività in corso.

Pertanto possiamo definire la progettazione 3D un nuovo strumento necessario ed efficace, per perseguire finalità tecniche e di co-marketing.

7.3 Nuove forme imprenditoriali

Il Franchising ed il Brand approdano nelle Aree Sosta Camper

Anche il settore delle aree sosta camper è stato conquistato dalla formula brand/franchising.

Sempre più privati valutano la possibilità di realizzare una rete di aree sosta camper, potendo contare anche su finanziamenti dedicati e su una nuova tipologia imprenditoriale "easy" per l'aspetto gestionale e manutentivo.

E' chiaro che non si deve andare nella direzione opposta, ovvero nell'ospitalità "asettica", in quanto la presenza del gestore è certamente importante per fidelizzare e valutare il gradimento dell'ospite, comprendendo le eventuali criticità per crescere e migliorare.

Tuttavia non possiamo non tener conto che le nuove tecnologie consentono ottime automatizzazioni con la possibilità di controllo da remoto, gestendo la maggior parte delle funzioni tranquillamente anche "da casa", con la totale assenza di impiego di risorse umane stabili, se non a spot per interventi di emergenza, assistenza o accoglienza. Anche la formula "brand" è in arrivo, diventando un punto di riferimento e di garanzia in un percorso di viaggio.





E' un segno distintivo e sinonimo di affidabilità, perché identifica la propria offerta, differenziandola da quella dei concorrenti. Questo settore pertanto offre la possibilità di avviare l'attività, avendo tempo per dedicarsi anche ad altro, favorendo così l'incremento di nuove aree ricettive, grazie al basso impatto di costi gestionali e di personale, potendo così investire risorse per strutture sempre più performanti, che stimolino le nuove generazioni all'acquisto di un camper o di un caravan, contando di usufruire di un'ospitalità all'avanguardia.

7.4 Sistema controllo accessi app 4.0

[Entrare con un click](#)

L'era delle casse automatiche, delle colonnine di ingresso erogatrici di card, delle colonnine di uscita fatturatrici di card, sta inesorabilmente tramontando. Le soluzioni che l'attuale tecnologia ci mette a disposizione, consentono di eliminare tutti questi apparati ormai obsoleti, che portano con loro tutta una serie di dispositivi meccanici/elettronici e sistemi di automatizzazione meccanica, a beneficio di sistemi "leggeri" in condizione di comandare i varchi di accesso/uscita (barriere), senza ausilio di questi apparati.

Parliamo di sistemi che utilizzano il canale web o la rete, attraverso un dispositivo mobile o Smartphone. Grazie a queste soluzioni, pensate per facilitare la gestione e per far sì che tutte le operazioni vengano su piattaforme dedicate, non ci si dovrà più preoccupare, ad esempio, di dover dedicare risorse umane per recuperare e rigenerare le tessere, per prelevare gli incassi evitando così rischi di rapina o atti vandalici, di ripristinare la carta per la stampa delle ricevute, di occuparsi degli azzeramenti, piuttosto che operazioni e/o perdite di dati in caso di black-out. La possibilità di dotarsi di "sistemi di controllo accessi" gestiti tramite APP, garantisce l'ingresso di ospiti registrati e quindi affidabili. Inoltre le APP consentono di conoscere in tempo reale eventuali assenza di corrente, di autorizzare l'apertura o chiusura della barriera da remoto, di verificare le presenze e fidelizzare gli ospiti registrati. Tutto questo non è il futuro ma è già realtà.



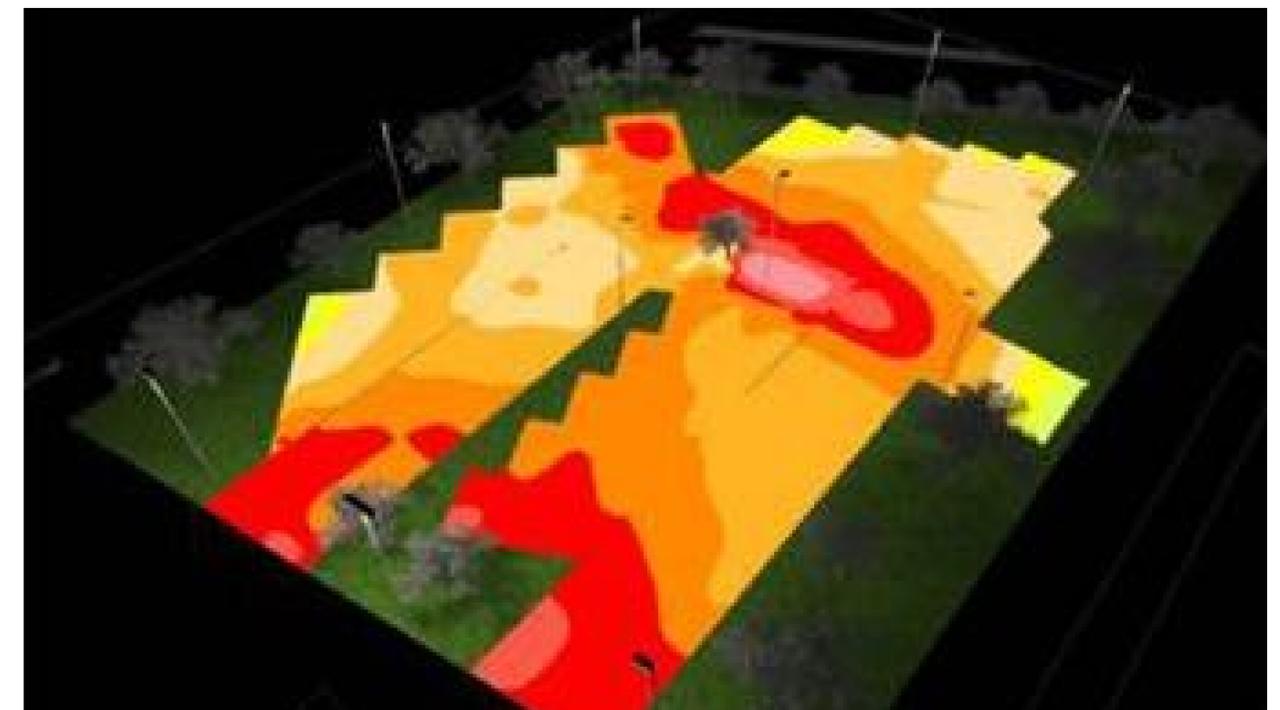
7.5 Risparmio elettrico

[Le scelte per ridurre i consumi](#)

Per la scelta dell'illuminazione dell'area sosta camper l'orientamento è verso la tecnologia a led. L'area sosta camper è una struttura ricettiva all'aperto, ciò significa che richiede un'illuminazione notturna brillante per aiutare i camperisti nelle fasi d'ingresso, d'uscita e in movimento sull'area a orientarsi e a individuare tempestivamente altri veicoli o persone in movimento. Al contempo l'illuminazione dovrà trasmettere tranquillità a chi, durante le ore notturne, si muove a piedi da e verso il proprio veicolo o a chi sta già riposando nel suo veicolo. Utile prevedere anche sistemi di controllo dell'illuminazione intelligenti per spegnere le luci e risparmiare energia quando nessuno è presente nell'area. Oggi è possibile, avvalendosi della corretta progettazione, creare un habitat ospitale e confortevole attraverso la scelta di soluzioni illuminotecniche mirate a differenziare una zona dall'altra: quelle dedicate al transito pedonale, al camper-service, all'area relax/pic-nic, ecc. Luci stradali a LED a efficienza energetica e basso abbagliamento e apparecchi a sfaccettature radiali forniscono illuminazione di qualità elevata per



parcheggi e strade di accesso, per consentire una visione ottimale evitando la dispersione luminosa nelle aree circostanti. A differenza di altri prodotti, i led presentano una serie di vantaggi, ad esempio non contengono pericolosi gas quali i vapori di mercurio, hanno una durata nel tempo significativamente superiore e hanno consumi ancor più contenuti. Rispetto alle vecchie tecnologie ad incandescenza ed alogene, le lampade led permettono, inoltre, risparmi energetici tra il 70-90% in resa luminosa, non scaldano e non emettono raggi infrarossi e raggi UV. I led nel medio e lungo periodo portano a grandi risparmi già dopo pochi mesi. Se a questo si aggiunge la netta riduzione dei costi di manutenzione, risulta chiaro che anche i tempi di ammortamento si accorciano notevolmente.



Ad oggi le maggiori aziende esperte del settore, forniscono gratuitamente studi di fattibilità, contando ovviamente nell'opportunità di poter fornire i loro prodotti.

L'eventuale addetto alla sicurezza incaricato o un eventuale sistema di sicurezza installato, richiedono luce sufficiente per poter rilevare eventuali attività sospette attraverso le telecamere di sorveglianza.

7.6 Risparmio idrico

L'Acqua, un bene primario

L'area sosta camper abbiamo detto tende a configurarsi come una struttura ricettiva a tutto tondo, capace quindi di creare la vera ospitalità ed accoglienza del Turismo in Libertà.



Per far ciò non è più pensabile limitarsi semplicemente alla sosta dei veicoli, ma è indispensabile fornire anche tutta una serie di servizi e allestimenti che sovente comportano un discreto consumo di acqua, con importanti costi per i gestori ed a ricaduta un impegno economico per gli ospiti.

L'acqua oggi è una risorsa importante e preziosa il cui uso deve avvenire con la massima oculatezza.

La scelta da fare per il sistema camper-service, l'area tecnica dedicata allo scarico delle acque nere e grigie, al carico dell'acqua potabile e al lavaggio dei serbatoi estraibili, è quella di prevedere sempre e solo utenze con erogazione temporizzata, per evitare sprechi e per evitare che qualche ospite "disattento" possa dimenticarsi di chiudere il rubinetto dopo l'utilizzo.

È frequente trovare oggi in una buona area sosta, anche lavatoi, docce, bagni ed una buona dose di "green", con prati destinati all'accoglienza di aree gioco o aree barbeque, oltre alle piantumazioni di arredo o ombreggiatura.

Per tutte queste soluzioni è ovviamente previsto il consumo dell'acqua. E' quindi indispensabile adottare alcuni possibili accorgimenti:

Consumo acqua doccia: come limitarlo

Quando parliamo di doccia, molto spesso si tratta di acqua calda. Il modo per ridurre il consumo medio è l'installazione su tutti i rubinetti di riduttori di flusso che arrivano ad abbattere i consumi idrici anche del 40%. Installando un erogatore a basso flusso un rompigetto (EBF) si può risparmiare fin quasi al 50% dell'acqua in una doccia.

Consumo acqua WC: come limitarlo

Una buona parte dei consumi idrici di una struttura sono dovuti all'uso del WC. Lo scarico infatti consuma circa il 30% dell'acqua utilizzata per usi domestici e a ogni azionamento se ne impiegano in media 10 litri.

Tanto più se si considera che l'acqua impiegata a questo scopo è quella resa potabile, capiamo quanto sia fondamentale adottare delle soluzioni per evitare un dispendio eccessivo di questa risorsa.

In merito è possibile ridurre il consumo di acqua adottando:

- dispositivi applicabili senza sostituire la cassetta;
- cassette a doppio pulsante;
- cassette con l'interruzione di risciacquo;
- scarico a pressione.



Consumo irrigazione: come limitarlo

I sistemi per l'irrigazione sono riconducibili a quelli che operano per aspersione, microirrigazione e subirrigazione.

Nel sistema per aspersione, che è il più diffuso, l'acqua viene mandata in forte pressione entro tubazioni per essere poi distribuita a pioggia dagli irrigatori. Questo comporta certamente un consumo elettrico notevole.

I sistemi di microirrigazione detti anche di irrigazione a goccia, consentono, rispetto all'aspersione, notevoli risparmi idrici e minori investimenti. Sono molto utilizzati per l'irrigazione di balconi e terrazzi, ma trovano anche crescente impiego in pieno campo, specie per aiuole, arbusti e alberi. La subirrigazione consiste nel portare l'acqua direttamente nel suolo, nella zona dell'apparato radicale, a mezzo di tubi in polietilene espanso a struttura porosa. Tale sistema è però poco diffuso.

La soluzione "principe"

In realtà, la vera soluzione è dotarsi di un sistema di recupero e riutilizzo acque grigie per ridurre il consumo di acqua potabile in maniera semplice e sicura. Le acque utilizzate per l'igiene personale (acque grigie) vengono riportate ad uno stato igienicamente puro attraverso un impianto di trattamento e l'acqua così trattata può essere riutilizzata per il risciacquo dei WC, per innaffiare le zone verdi.

Mediamente si trovano soluzioni:

- da interro per installazioni interrato al di sotto di spazi verdi o aree con carrabilità leggera;
 - fuori terra per installazioni all'interno di un locale tecnico.
- In questo modo è possibile beneficiare di una serie di vantaggi, tra cui:
- riduzione degli sprechi e del consumo di acqua potabile;
 - fonte di approvvigionamento idrico sempre disponibile in quanto indipendente dalle condizioni atmosferiche;
 - adeguamento alle più recenti direttive europee;
 - qualità dell'acqua costantemente elevata (rimozione di batteri e virus fino al 99,99%);
 - semplicità ed economicità di gestione e manutenzione;
 - struttura compatta, minimo ingombro;
 - facilità d'installazione e montaggio;
 - funzionamento interamente automatico, silenzioso e inodore;
 - bassi costi d'esercizio.

I sistemi in commercio hanno ognuno delle proprie peculiarità e dei processi di trattamento. Ovviamente le soluzioni vanno adeguatamente stimate in funzione della affluenza annua e della collocazione geografica dell'area sosta camper.

7.7 Energia rinnovabile

Il sole ci aiuta

La configurazione di un'area sosta fortunatamente non prevede un'alta produzione di energia e pertanto l'investimento in un sistema fotovoltaico non è proprio la scelta vincente, in quanto i tempi di ammortamento risultano essere molto lunghi.

In alcuni casi, tuttavia, può risultare ad esempio corretto valutare il posizionamento di pannelli fotovoltaici sul tetto del casotto porta attrezzi o creare una pensilina a servizio di una bacheca così come realizzare delle strutture in legno integrate soddisfacendo l'aspetto ECO.

Occorre tra l'altro far presente che per alcuni finanziamenti, grazie al fotovoltaico, si può ottenere un punteggio più alto nella valutazione tecnica del progetto presentato.

Non esiste nulla, però, che non richieda una periodica cura e manutenzione nel tempo; il fotovoltaico, in particolare, necessita di una efficiente pulizia in quanto i pannelli fotovoltaici sporchi rendono anche il 30% in meno.

Le aree di sosta camper, per la loro naturale configurazione e collocazione, sono maggiormente esposte alla polvere, alle foglie, alla resina, ecc., che influiscono in maniera più o meno rilevante sulle prestazioni del sistema fotovoltaico, pertanto la pulizia dei pannelli è un'operazione necessaria.

Inoltre il lavaggio dell'impianto fotovoltaico aiuta il rendimento e migliora le prestazioni dei pannelli fotovoltaici, verificando periodicamente che la superficie esterna dei pannelli non sia oscurata totalmente o parzialmente.

È buona abitudine, quindi, controllare che ciascun pannello sia ben esposto alla luce solare, e, in caso contrario, procedere alla pulizia del fotovoltaico con semplice acqua e magari con l'aiuto di una spugna.



Da tenere in considerazione inoltre i principali fattori che causano sporcizia persistente, tra cui:

- il sale, presente in acqua, nel terreno e anche nell'aria per le località in prossimità del mare (salsedine);
- foglie e resine, che gli alberi rilasciano durante le stagioni, soprattutto in autunno e primavera;
- resti organici dei volatili.

7.8 Eco mobility

Viaggi e Sport green-style

L'E-mobility corrisponde alla mobilità elettrica, ovvero al fenomeno, sempre più attuale e diffuso che include auto elettriche, scooter elettrici, biciclette a "pedalata assistita", ovvero tutti quei mezzi di locomozione che utilizzano l'elettricità come fonte primaria di energia. Il mezzo più utilizzato per esplorare il territorio partendo da un'area sosta camper è senza dubbio la bicicletta a "pedalata assistita", grazie alla quale oggi è possibile muoversi in maniera sicura e affidabile con una significativa autonomia di circa 70 km, a bassissimo costo e ad impatto ambientale zero, con mezzi molto silenziosi e senza alcuna emissione inquinante.

La E-mobility rappresenta la nuova frontiera, grazie alla quale si è in condizione di dare una nuova connotazione alla mobilità urbana, diffondendo buone pratiche e tecnologie capaci di coniugare ottimamente l'esigenza della mobilità con le esigenze puramente ambientali (rumore, CO2) e di risparmio economico. Attualmente si registra un progresso della mobilità elettrica in Italia, che non è più confinata all'essere un fenomeno per "appassionati" ma una tendenza che si sta sempre più ampliando ed espandendo, coinvolgendo non solo i mezzi ma anche le infrastrutture di ricarica.

I fattori di crescita determinanti per la diffusione dei mezzi elettrici, si basano su aspetti facilmente comprensibili, tra cui:

- una rete capillare di stazioni di ricarica (in futuro l'espansione delle aree sosta camper contribuirà a creare reti sinergiche sempre più produttive);
- l'innovazione dei mezzi e delle modalità di ricarica sempre più rapide.

L'Eco Mobility è quindi una soluzione che può fornire una valenza ulteriore all'area sosta camper integrandola di fatto nel cuore della mobilità sostenibile, collocandola quindi al centro degli sviluppi normativi che coinvolgeranno il nostro Paese per i prossimi vent'anni, e fornendo una reale visibilità (soprattutto mediatica e politica) relativamente ai servizi integrati per la collettività che un'area sosta camper moderna può offrire in termini di indotto economico.

Fortunatamente da qualche anno si sta iniziando a pensare progettualmente di contestualizzare le aree sosta camper non più in zone isolate e totalmente decentrate, bensì di localizzarle vicino alle piste ciclabili, ai parchi, ai centri commerciali, alle strutture sportive, ecc. in modo da poter offrire la possibilità di proporre anche nuovi servizi quali il Bike-Sharing.

L'Eco Mobility nella disabilità

Sempre più persone con disabilità fanno parte del mondo del Turismo in Libertà, sempre più attento e sensibile alle loro esigenze.

Realizzare una struttura idonea ad ospitare tutti gli individui che si avvicinano a questa modalità turistica non è affatto difficile, basta prestare



attenzione a quei piccoli dettagli, che se rimossi o opportunamente aggiunti, possono contribuire ad abbattere le faticose barriere, ricordando che anche la terza età, così come la primissima infanzia o la disabilità, necessitano di assenza di barriere, in modo da ottenere una struttura accogliente che non presenti ostacoli, adatta proprio a tutti!

La tecnologia allarga i propri confini consentendo fortunatamente anche a chi ha difficoltà motorie di compiere spostamenti urbani nella massima autonomia con veicoli o dispositivi medici, quali le carrozzine elettriche o scooter per disabili, tutti veicoli che hanno bisogno di una ricarica elettrica!

Dati ed elaborazioni

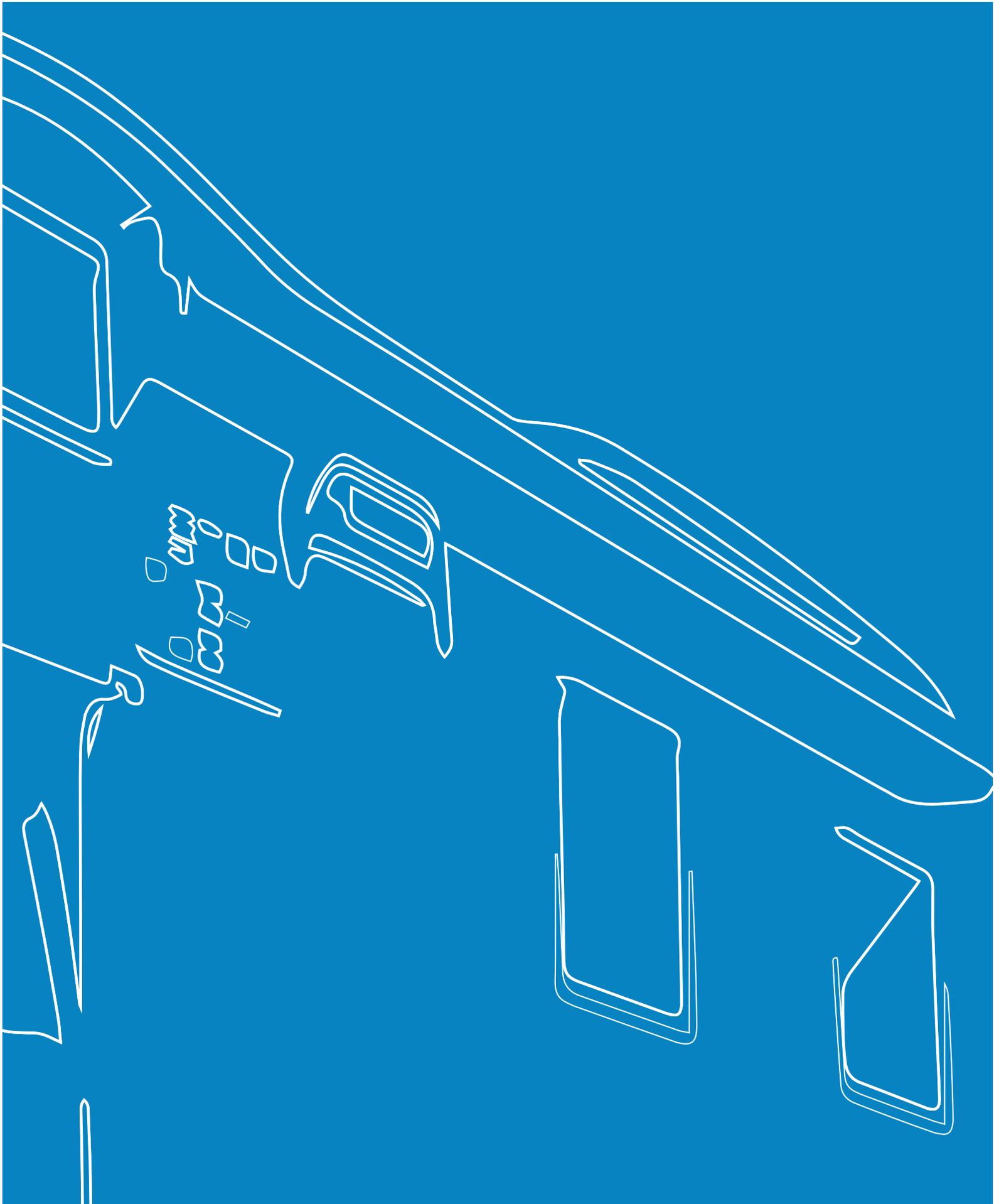
CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, Università Ca' Foscari di Venezia

Comitato di redazione

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

CISET-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

Finito di stampare Luglio 2019



APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

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

info@apcitalia.com

www.associazioneproduttoricamper.it