



RAPPORTO REGIONALE - TOSCANA
SUL TURISMO EN PLEIN AIR
IN CAMPER E IN CARAVAN 2013



con la collaborazione di

**REGIONE
TOSCANA**



Con grande piacere APC-Associazione Produttori Caravan e Camper presenta il **Rapporto regionale - Toscana sul turismo en plein air in camper e in caravan**. A seguito dell'interesse suscitato dalla presentazione del 2° Rapporto nazionale, APC intraprende un monitoraggio e un'analisi del turismo itinerante all'aria aperta e della ricettività sul territorio attraverso le Regioni italiane.

Un percorso che mira a diffondere una maggior consapevolezza del plein air, un viaggio che inizia dalla Toscana, Regione in cui negli anni Sessanta nasce il distretto autocaravan e oggi ospita le principali aziende produttrici nazionali.

Nella Valdelsa, tra le province di Firenze e Siena è, infatti, ubicato il cuore produttivo della *camper valley*, i cui veicoli ricreazionali *made in Italy*, registrano ottimi gradimenti a livello nazionale e internazionale, come testimonia la quota export pari al 74% della produzione.

Per questo la Toscana rappresenta in Italia un modello di riferimento per il settore plein air, i cui flussi turistici dimostrano quanto la passione nei confronti di questa modalità di viaggio sia viva tra gli italiani e gli europei, nonostante la flessione dei volumi produttivi conseguente alla crisi economica. Questo anche grazie alle politiche attuate dagli amministratori locali che, cogliendo l'opportunità di diversificare e destagionalizzare la propria offerta turistica attraverso l'implementazione di aree di sosta camper, hanno investito nei servizi per i camperisti, apportando benefici al sistema economico locale.

Gli stessi risultati dell'**Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta nelle Regioni italiane**, progetto realizzato in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia per monitorare l'attenzione dei territori verso i turisti itineranti, testimoniano la qualità del sistema ricettivo *en plein air* toscano, che ha permesso negli anni il successo di iniziative quali "Terre di Siena Plein Air - Festival del Viaggiar Lento", promossa dalla Provincia di Siena in collaborazione con il magazine PleinAir.

In questa direzione l'Associazione ha condotto un ulteriore **approfondimento dedicato alla sostenibilità economica, territoriale e ambientale dell'area di sosta camper**, realizzato in collaborazione con la società Vivilitalia. Lo studio, che rappresenta uno strumento di marketing territoriale per i decisori pubblici, prende in esame l'investimento e la redditività di un'area camper, valutando i tempi di ritorno, l'impatto sull'indotto economico e turistico del territorio e i risultati di un confronto effettuato con altre strutture ricettive.

Il Rapporto regionale sul turismo *en plein air* vuole diventare uno strumento informativo utile per le istituzioni, gli operatori, la stampa e gli stakeholder impegnati nella valorizzazione e nella promozione del territorio.

APC coglie l'occasione per ringraziare l'Assessorato alle Attività Produttive, Lavoro e Formazione e l'Assessorato alla Cultura, Turismo e Commercio della Regione Toscana per il prezioso sostegno alla filiera plein air, che con le sue risorse contribuisce alla crescita del sistema turistico e industriale regionale e nazionale.



Paolo Bicci

Presidente APC

Associazione Produttori Caravan e Camper

Per la Toscana il turismo all'aria aperta in camper e caravan rappresenta un settore importante per qualità e numeri, che influenza in maniera significativa il comparto turistico e produttivo.

Per questo saluto con vero piacere la prima edizione del *Rapporto regionale - Toscana sul turismo en plein air in camper e in caravan*, che considero un utile strumento di analisi e riflessione sul turismo itinerante e l'industria del caravanning, settori fondamentali per la crescita turistica, produttiva ed economica della Toscana. Il settore della camperistica italiana rappresenta la terza realtà europea dopo la Germania e la Francia e circa l'80% della produzione nazionale è localizzata in Toscana, nel territorio della Valdelsa fiorentina e senese, con un fatturato annuo che nel suo punto più alto ha raggiunto oltre 500 milioni di euro e un impegno di oltre 1.500 addetti.

Fino al 2007 la domanda di mercato di camper è sempre stata in crescita, negli ultimi anni la crisi economica e finanziaria ha influenzato negativamente anche il settore della camperistica che deve fare i conti con un mercato ormai globale. Le aziende stanno facendo la loro parte, cercando di mantenere le loro quote di mercato attraverso la qualità del prodotto. A tale fine hanno dato vita a diversi progetti nel campo della ricerca e dell'innovazione organizzativa e di prodotto sostenuti finanziariamente dalla Regione Toscana, dalle Province di Siena e Firenze e dalle stesse imprese della filiera, con il supporto dei Comuni e degli enti di ricerca e trasferimento tecnologico del territorio.

Nonostante gli sforzi, molte delle imprese, leader del settore a livello nazionale e internazionale, hanno dovuto affrontare processi di forte riorganizzazione. Le istituzioni locali, sempre vicine a imprese e lavoratori, hanno accompagnato questi processi e hanno condiviso l'impegno del rilancio del settore.

Con questo intento, alcuni mesi fa, come istituzioni e parti sociali, abbiamo sottoscritto un protocollo d'intesa. Un accordo che è un vero master plan per ridare competitività all'industria del camper e alla sua filiera, che prevede anche il coinvolgimento di tutti gli enti e le realtà imprenditoriali e di promozione, oltre ad una stretta collaborazione con le Università toscane di Firenze, Pisa e Siena.

Le iniziative previste dal protocollo prevedono un impegno su più fronti. Sul piano territoriale gli interventi sono concentrati su ambiti specifici: sostegno alla ricerca e sviluppo (in particolare sui temi dell'innovazione ed efficienza energetica); promozione dei contratti di rete e accordi di filiera; formazione dei lavoratori per affrontare le nuove sfide del mercato; implementazione delle azioni di internazionalizzazione; miglioramento dei servizi post vendita e delle infrastrutture.

A livello nazionale riteniamo necessaria l'attivazione di un tavolo di coordinamento con rappresentanti dei Ministeri dello Sviluppo Economico, delle Infrastrutture e l'Istituto del Commercio Estero anche per demandare a una normativa mirata e sempre sul piano nazionale. Oltre alla sensibilizzazione dei livelli istituzionali nazionali e locali, consideriamo prioritaria l'adozione di iniziative per la realizzazione e la diffusione di infrastrutture ricettive per i camper coinvolgendo sia i ministeri sia gli enti locali e le associazioni di settore.

Convinto che il lavoro proposto dall'APC sia utile per il settore e per le istituzioni, per gli addetti ai lavori e i tanti appassionati, confermo la volontà della Regione di mantenere questo rapporto di proficua collaborazione.



Gianfranco Simoncini

Assessore alle Attività Produttive, Lavoro e Formazione della Regione Toscana

La presentazione, a cura dell'Associazione Produttori Caravan e Camper, del Rapporto regionale sul turismo *en plein air* in caravan e in camper arricchisce di un nuovo punto di vista le varie analisi che la Regione Toscana stabilmente e periodicamente elabora e pubblica.

L'offerta regionale per il turismo all'aria aperta, legata in particolare alle aree di sosta, ai campeggi e ai villaggi turistici, è assolutamente cospicua: oltre il 20% dei posti letto offerti dal ricettivo regionale è coperta da questa tipologia.

I turisti che scelgono questo tipo di vacanza sono sempre meno influenzati dall'aspetto economico e sempre più dalla volontà di trascorrere dei giorni lontani dalle regole della vita quotidiana e dai comportamenti definiti e ripetitivi.

La Regione Toscana porta avanti da anni una coerente politica di sviluppo di questo tipo di offerta turistica. Sulla base dei principi di sostenibilità e competitività. Da un punto di vista promozionale, la Regione sta sviluppando una azione di comunicazione legata all'utilizzo dei nuovi strumenti web 2.0. Nel portale regionale turismo.intoscana.it sono state attivate sezioni dedicate a nuovi prodotti turistici strettamente connessi ad un'esperienza *plein air*: dalle vacanze per le famiglie, alla Toscana in moto al cicloturismo.

Il nostro obiettivo è dare agli amanti dei camper e dei caravan specifiche informazioni e servizi online per una vacanza facile e felice. Per questo l'Associazione Produttori Caravan e Camper sarà il nostro principale partner per una collaborazione continua. E questo rapporto è solo il primo passo.



Cristina Scaletti

Assessore alla Cultura, Turismo
e Commercio della Regione Toscana

Il turismo all'aria aperta in Toscana

In un quadro economico europeo che evidenzia un 2012 ancora in sofferenza, la Regione Toscana risente, seppur in misura meno pronunciata, della flessione negativa registrata dal turismo in Italia.

Se a livello nazionale la domanda turistica complessiva vede diminuire del 6,4% le presenze turistiche ufficiali, dell'11,2% la componente domestica e dello 0,7% le presenze straniere, il sistema toscano evidenzia una maggiore tenuta e una migliore risposta alla crisi con un calo complessivo del 2,2% nelle presenze turistiche, del 5,5% nelle presenze degli italiani e un incremento dell'1,1% negli arrivi degli stranieri.

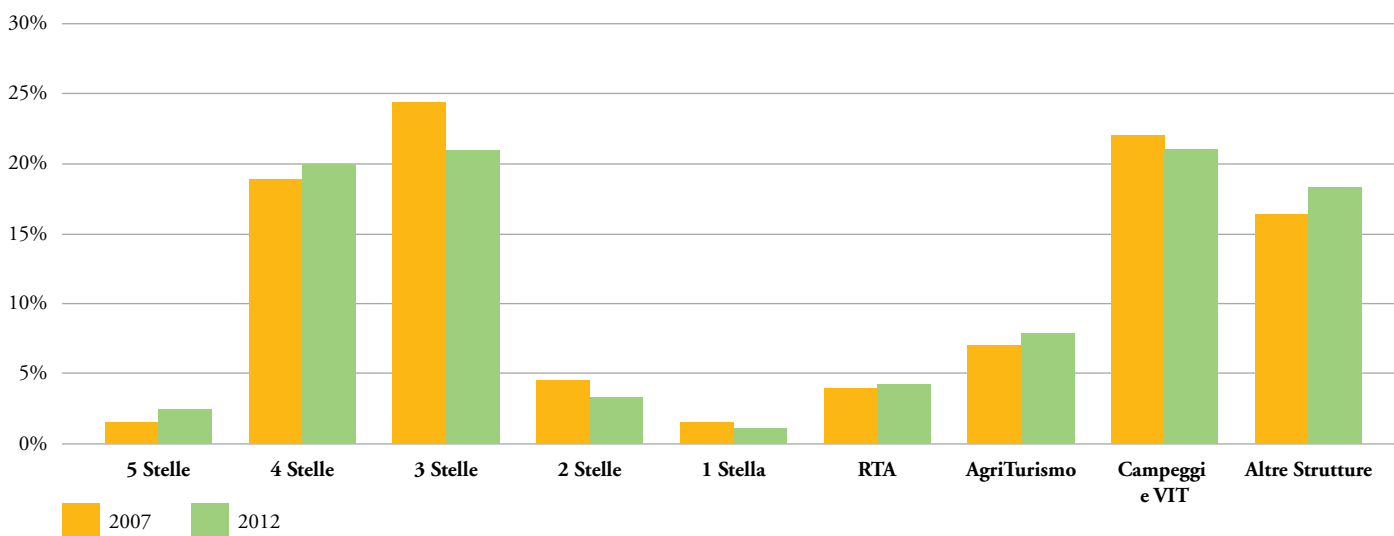
A soffrire sono in Toscana soprattutto le località del turismo balneare, ma anche le località termali e le aree montane marginali, mentre si mantengono sostanzialmente stabili le destinazioni turistiche più vicine al comparto extra-alberghiero, come la campagna e la collina.

In questa direzione, la sola categoria ricettiva in crescita a livello regionale è l'agriturismo (+1,5%), dato che fa riflettere su come stiano cambiando gli stili di viaggio e la scelta delle strutture a favore di soluzioni ricettive che favoriscono un maggior contatto con i luoghi visitati e con un minor impatto ambientale.

In particolare se si leggono i dati nazionali relativi alle presenze per tipologia di servizio ricettivo nel periodo 2007-2012, caratterizzato dall'acuirsi della crisi, si rileva che il settore extra-alberghiero registra un incremento di presenze del 9,8% rispetto al segmento alberghiero che si attesta a un +6%; andamento che si rileva analogamente anche nel decennio duemila. Anche in Toscana gli esercizi extra-alberghieri mostrano una migliore risposta alla crisi, con una perdita di presenze più contenuta rispetto agli esercizi alberghieri nel 2012 (-1,9% vs. -2,4%).

Diminuiscono con percentuali analoghe anche le presenze nei campeggi e nei villaggi turistici (-3,3%), che rispondono meglio rispetto alle categorie alberghiere a una e due stelle, rispettivamente in calo dell'8,3% e del 4,4%, ma anche degli hotel a tre stelle, come si evince dal grafico sottostante.

Presenze turistiche per tipologia ricettiva 2007, 2012 (Quote% sul totale)



Elaborazioni IRPET su dati Ufficio Regionale di Statistica

I tassi di occupazione nei campeggi e nei villaggi turistici, che totalizzano il 21% delle presenze turistiche della Regione, mostrano nel 2012 una maggiore stabilità rispetto alle altre categorie ricettive.

Se si analizzano i dati della spesa dei turisti in Toscana si rileva come i turisti stranieri prediligano strutture ricettive alternative agli hotel e, fra queste, campeggi e aree di sosta, sempre più in crescita nell'ultimo triennio.

In particolare, il turismo all'aria aperta in termini di posti letto rappresenta un terzo dell'intera offerta ricettiva toscana, valore superiore all'insieme dell'offerta alberghiera "stellata" (al netto delle RTA-Residenze Turistiche Attrezzate).

Massa Carrara, Grosseto e Livorno sono le province maggiormente "camp intensive", in cui l'offerta dei campeggi e dei villaggi turistici rappresenta cioè più della metà dei posti letto e Massa Carrara è la seconda provincia a livello nazionale nel rapporto posti letto all'aria/ posti letto totali.

Dall'analisi dell'offerta turistica all'aria aperta in Toscana, si rileva come l'utenza di riferimento oggi non sia più il turista in tenda, che rappresenta meno di un quarto dei pernottamenti, ma sempre di più il turista itinerante che sceglie i bungalow, le case mobili (40%) e le aree di sosta per caravan (25%) e autocaravan (18%).

Il turismo all'aria aperta e l'ospitalità *en plein air*, riconosciuta a livello europeo tra le forme di ricettività più sostenibili, confermano la loro importanza nel panorama regionale toscano, guardando alle sfide future della diversificazione legata alla valorizzazione dei territori e delle forme di turismo attente al rispetto del paesaggio e della natura.

APC: storia, missione, valori

I turisti *en plein air* in Italia sono annualmente 5,6 milioni, di cui 3,1 milioni italiani e 2,5 milioni stranieri, sulla base dei dati del Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Ca' Foscari di Venezia, a conferma dell'attrattività del turismo itinerante all'aria aperta. Vivere l'esperienza del viaggio *on the road* in libertà continua a motivare numerosi visitatori ad abbandonare formule stanziali e destinazioni di massa per entrare maggiormente in contatto con la natura, la vita e la cultura dei luoghi.

Da sempre meta ambita per la bellezza delle città, dei borghi e dei piccoli Comuni, l'Italia si dimostra, purtroppo, carente nell'offerta di aree di sosta camper, nell'accesso alle strutture ricettive e nei servizi offerti, risultando penalizzata rispetto ad altre nazioni europee, quali la Germania e la Francia. Per questo motivo APC, da oltre trentacinque anni, promuove in Italia il viaggio in camper e sostiene il potenziamento della ricettività dedicata ai turisti itineranti, sensibilizzando le istituzioni e le amministrazioni pubbliche nei confronti del comparto industriale e turistico del *plein air*.

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

Il cuore produttivo del comparto industriale è nel distretto della Valdelsa, tra le province di Firenze e Siena, dove negli anni Sessanta l'imprenditore Luano Niccolai, Past President di APC, ha dato origine alla storica *camper valley* toscana fondando la Rimor. L'Associazione raggruppa le aziende, italiane ed estere, attive nella produzione di camper, caravan, carrelli/carrelli tenda, autotelai, rimorchi T.A.T.S. (rimorchi con targa per trasporto attrezzature turistiche e sportive), telai per caravan, ganci di traino, componenti e accessori per il turismo *en plein air*.

Le cariche di Presidente e di Vice Presidente sono ricoperte rispettivamente da Paolo Bicci e Leonardo Giotti. Nel 2012 le aziende produttrici associate ad APC, con 1.500 dipendenti diretti, ai quali si aggiungono i 4.000 dipendenti della filiera *plein air*, hanno prodotto 10.000 camper, generando un fatturato totale di circa 500 milioni di euro.

Gli Associati APC si suddividono in tre gruppi:

Costruttori italiani di autocaravan:

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

Costruttori esteri di autocaravan e caravan:

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

Componentisti:

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

Per maggiori informazioni si visiti il sito:

www.associazioneproduttoriampc.it

Il Protocollo d'Intesa sulla Filiera del Camper

Nel 2012 la **Regione Toscana** si è resa promotrice di un protocollo d'intesa a sostegno della camperistica, finalizzato a rilanciare la competitività dell'industria dei veicoli ricreazionali e della sua filiera. Il documento è incentrato su dieci azioni strategiche con cui affrontare i mutamenti e le sfide di un mercato in continua evoluzione, a partire dall'innovazione delle tecnologie di riferimento e dalla valorizzazione delle risorse impiegate attraverso mirate attività di formazione.

Il protocollo decreta il necessario sostegno all'internazionalizzazione delle imprese del settore attraverso la sinergia di tutti gli enti, delle realtà imprenditoriali e di promozione nazionali ed europee per avviare nuove strategie su temi quali l'innovazione, l'efficienza energetica, la promozione di contratti di rete e accordi di filiera e il miglioramento dei servizi post-vendita.

I soggetti coinvolti sentono l'esigenza di riattivare un tavolo di coordinamento interministeriale per garantire una normativa dedicata che, in linea con quelle più avanzate di Germania e Francia, preveda l'Iva agevolata per acquirenti con familiari disabili, facilitazioni nella rottamazione dei veicoli, l'adeguamento alle norme europee relative alle aree di sosta camper, da cui promuovere un piano nazionale di sviluppo e diffusione.

Tra gli enti firmatari si citano: Provincia di Firenze, Provincia di Siena, Comuni di Barberino Val d'Elsa, Casole d'Elsa, Colle Val d'Elsa, Monteriggioni, Poggibonsi, San Casciano Val di Pesa, San Gimignano, Tavarnelle Val di Pesa, Confindustria Toscana, Associazione degli Industriali della Provincia di Firenze e della Provincia di Siena, Api Firenze e Siena, CNA Firenze e Siena, Confartigianato Firenze e Siena, Camera di Commercio di Firenze e Siena, Cgil, Cisl e Uil Toscana, Firenze e Siena.

Il Salone del Camper

Dalla collaborazione tra APC e Fiere di Parma nasce il Salone del Camper, evento di riferimento in Italia e secondo in Europa, dedicato a camper, caravan, accessori, percorsi e mete per il turismo *en plein air*. Giunto alla quarta edizione, il Salone del Camper, che si terrà presso **Fiere di Parma dal 14 al 22 settembre 2013**, è un appuntamento da non mancare per le aziende produttrici, gli addetti ai lavori e gli amanti del turismo all'aria aperta che intendono aggiornarsi sulle novità del settore.

A testimoniare il successo registrato nel 2012, in assoluta controtendenza rispetto ai principali saloni europei del settore, alcuni dati particolarmente significativi: 600 veicoli presentati da 300 aziende espositrici, 120.000 visitatori e più di 220 giornalisti accreditati. Con i suoi 150.000 mq complessivi, di cui 45.000 mq di superficie espositiva, lo spazio fieristico è stato occupato da camper e caravan, accessori, associazioni turistiche e stampa specializzata.

Tra le iniziative del Salone da citare il successo del **voucher "Rental Pack 99 euro"**, ideato da APC e Fiere di Parma in collaborazione con Assocamp, che ha consentito ai 1.400 acquirenti del Rental Pack 2011 di noleggiare un camper per un week-end a soli 99 euro. Secondo l'indagine dell'Istituto Piepoli, il 56% dei 700 acquirenti del voucher intervistati non aveva provato una vacanza in camper e il 92% si è mostrato intenzionato a volerla ripetere. Nel 2012 la promozione ha registrato un ulteriore record di vendite con oltre 2.400 week-end acquistati.

Di particolare interesse anche l'Area Family and Fun, con stand e proposte di viaggio adatte alla famiglia, l'Area Amici a Quattro Zampe, progettata per gli animali domestici, l'Area Percorsi e Mete, dedicata ai territori *en plein air* e alle loro ricchezze paesaggistiche ed enogastronomiche, e l'Agorà, punto d'incontro e dialogo tra gli operatori della filiera e il pubblico.

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

Il protrarsi della crisi economica ha continuato e continua a influenzare l'andamento dell'industria autocaravan in Italia, in linea con quanto accaduto nel comparto automotive nazionale e nel settore caravanning europeo. Nel 2012 il mercato autocaravan ha registrato in Italia un decremento del 32,6% rispetto al 2011, dovuto alla congiuntura recessiva, alla riduzione del potere di acquisto, alla difficoltà di accesso al credito al consumo e all'incremento dei prezzi del carburante.

In questo scenario le aziende italiane stanno cercando di reagire orientandosi alle **esportazioni**: il *made in Italy* continua a registrare interesse all'estero, come dimostra la quota export delle autocaravan che nel 2012 si attesta al 74,4% della produzione, contro il 62,3% nel 2011 e il 55,4% nel 2010.

In Italia nel 2012 le nuove immatricolazioni di camper e caravan hanno subito una contrazione del 29,4% rispetto al 2011, chiudendo a quota 6.156 veicoli (rispettivamente 4.731 e 1.425), mentre i **mercati nuovo e usato autocaravan** rilevano un andamento migliore (-16,6%) rispetto al 2011, anche grazie ai trasferimenti netti di proprietà e alle formule di noleggio.

A fine 2012, secondo i dati ACI, in Italia circolavano 271.156 camper, dei quali il 61,5% ha più di 10 anni di anzianità e fra questi addirittura il 28,6% un'età superiore ai 20 anni.

In Europa il comparto dei veicoli ricreazionali ha chiuso il 2012 registrando rispetto all'anno precedente un -6%. Le nuove immatricolazioni sono, infatti, passate da 156.000 del 2011 alle 146.650 del 2012, con forti decrementi in tutti i principali Paesi, ad eccezione della Germania. Si evidenzia, infine, un progressivo spostamento della domanda dalle caravan (73.150 veicoli) verso le autocaravan (73.500 veicoli), sintomatico di una crescente predilezione di stili di viaggio più dinamici.



Le immatricolazioni di camper e caravan in Toscana

Nel 2012 la Toscana è stata la Regione del Centro Italia con il maggior numero di immatricolazioni di camper, pari a 398 veicoli (8,4% del totale nazionale), e la seconda per il mercato del nuovo e dell'usato di veicoli ricreazionali, pari a 1.946 veicoli (7,7% del totale nazionale), preceduta solo dal Lazio con 2.066 veicoli (8,2% del totale nazionale).

La Toscana presenta, inoltre, il minore rapporto tra usato e nuovo (3,7).

Analizzando le Regioni italiane, il Nord Italia registra il maggior numero di nuove immatricolazioni di camper e di trasferimenti di proprietà dei veicoli usati, rispettivamente il 72% e il 63% rispetto al totale delle registrazioni nazionali, mentre in quest'area il rapporto tra usato e nuovo (3,2) si mantiene inferiore alla media nazionale (4,0).

Il Centro Italia totalizza il 20% delle nuove immatricolazioni autocaravan e il 22% del movimento dell'usato a livello nazionale. Il Sud e le Isole detengono a livello nazionale una quota dell'8% sul mercato autocaravan e del 15% sul mercato dell'usato; il rapporto nuovo/usato è di 1:8.

Veicoli ricreazionali – Nuove immatricolazioni e trasferimenti di proprietà netti in Toscana nel 2012

| | Camper | | | | Caravan | | | | Veicoli Ricreazionali | | |
|----------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|---------------|--------------|
| | Nuovi | % | Usati | % | Totale | % | Rapporto Usato/Nuovo | Nuovi | % | Nuovi+Usati | % |
| Toscana | 398 | 8,4 | 1.463 | 7,7 | 1.861 | 7,9 | 3,7 | 85 | 6,0 | 1.946 | 7,7 |
| Totale Italia | 4.731 | 100,0 | 18.968 | 100,0 | 23.699 | 100,0 | 4,0 | 1.425 | 100,00 | 25.124 | 100,0 |

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



Le origini e le destinazioni

In accordo ai dati dell'Osservatorio della Banca d'Italia, nel 2011 circa 2,5 milioni di turisti esteri hanno scelto il nostro Paese per le proprie vacanze *en plein air* (in camper, caravan o tenda), un flusso turistico (6% del movimento estero in Italia) che ha generato una spesa complessiva di 1,1 miliardi di euro per circa 21 milioni di notti. Le stime del Ciset su dati ISTAT evidenziano, inoltre, come siano stati circa 3,1 milioni i **turisti italiani en plein air** a viaggiare nel Paese (5% del movimento turistico domestico) per 30,7 milioni di notti, generando una spesa complessiva di 1,6 miliardi di euro.

Nel biennio 2010-2011 si è riscontrato un incremento del **turismo estero en plein air** in Italia più contenuto rispetto ai flussi incoming totali (+1,3% contro +5,2%), anche rispetto alla relativa spesa (+4,9% contro +6,2%). Rimangono invariati, invece, i pernottamenti *en plein air* (-0,05%), considerato l'aumento delle notti in Italia dei turisti esteri totali (+5%).

Il turismo incoming in camper è cresciuto nel 2011 rispetto a quello in tenda e in caravan, come dimostrato dai flussi turistici (+1,8% contro +1,2%), dalle notti trascorse (+3% contro -0,8%) e dalla spesa sostenuta (+11,8% contro +3,1%).

In Italia i turisti esteri *en plein air* provengono in primo luogo dalla Germania, a seguire dall'Olanda, dall'Austria e dalla Francia, secondo i dati 2011 dell'Osservatorio della Banca d'Italia, generando il 70% del movimento e il 66% della spesa per turismo incoming all'aria aperta. Osservando, invece, l'incidenza del *plein air* sul turismo incoming per Paese di origine, ben 21 olandesi su 100 in Italia hanno optato per questa vacanza generando il 17% della spesa complessiva.

Seguono i tedeschi che, con 8 turisti *en plein air* su 100 in Italia, hanno prodotto il 7% della spesa totale dalla Germania. Analoga incidenza per gli austriaci con il 7% della spesa incoming, mentre i 5 francesi *en plein air* su 100 in Italia coprono il 4% della spesa incoming.

Nel segmento del **turismo in camper** si conferma il primato dei francesi, che rappresentano circa il 20% dei camperisti esteri in Italia, con il 23% delle notti e il 24% della spesa complessiva sostenuta. Dall'analisi, invece, del segmento *en plein air* emerge come meno di un quarto dei turisti austriaci, tedeschi e olandesi arrivi in Italia in autocaravan, contro quasi il 55% dei turisti d'Oltralpe.

Esaminando le **principali destinazioni**, la Toscana rappresenta, dopo il Veneto, una delle Regioni preferite dai turisti esteri *en plein air*, insieme a Lombardia e Trentino Alto Adige. Nel dettaglio la Toscana è la prima destinazione scelta dai francesi *en plein air* incoming (25,3%), che prediligono un soggiorno all'insegna dell'arte e della cultura, la terza dagli olandesi (13%), la quinta dai tedeschi (4,6%) e la sesta dagli austriaci (3,4%).

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

| Austriaci | | Francesi | | Olandesi | | Tedeschi | |
|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| Veneto | 64,1% | Toscana | 25,3% | Veneto | 30,5% | Veneto | 48,7% |
| Friuli V.G. | 8,2% | Veneto | 12,8% | Lombardia | 15,2% | Trentino A.A. | 13,1% |
| Trentino A.A. | 6,7% | Lazio | 8,4% | Toscana | 13,0% | Lombardia | 9,6% |
| Emilia R. | 5,0% | Liguria | 8,2% | Trentino A.A. | 8,3% | Emilia R. | 5,6% |
| Lombardia | 5,0% | Lombardia | 6,9% | Liguria | 4,6% | Toscana | 4,6% |
| Toscana | 3,4% | Emilia R. | 6,1% | Emilia R. | 4,1% | Friuli V.G. | 3,3% |
| Sardegna | 2,1% | Sardegna | 5,7% | Lazio | 4,1% | Marche | 3,2% |
| Puglia | 2,0% | Valle d'Aosta | 4,2% | Marche | 3,7% | Piemonte | 2,5% |
| Marche | 1,2% | Friuli V.G. | 3,8% | Friuli V.G. | 3,4% | Lazio | 2,0% |
| Calabria | 0,8% | Piemonte | 3,2% | Valle d'Aosta | 3,0% | Liguria | 1,9% |
| Altre Regioni | 1,5% | Altre Regioni | 15,4% | Altre Regioni | 10,1% | Altre Regioni | 5,5% |

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Le spese sostenute

La spesa media di un turista estero *en plein air* nel nostro Paese è di circa 49 euro al giorno e di 430 euro totali per l'intero soggiorno (9 notti). Secondo l'Osservatorio della Banca d'Italia, tali valori continuano a mantenersi inferiori alla spesa media per il turismo incoming totale, rispettivamente di 86 euro e di 631 euro per soggiorno (7 notti). Nel biennio 2010-2011 si è riscontrato un incremento della spesa media, in particolare quella dei camperisti per l'intero soggiorno, pari a circa 380 euro. Per i turisti italiani *en plein air*, invece, le spese sostenute in Italia sono superiori, circa 52 euro al giorno e 513 euro per l'intero soggiorno (10 notti).

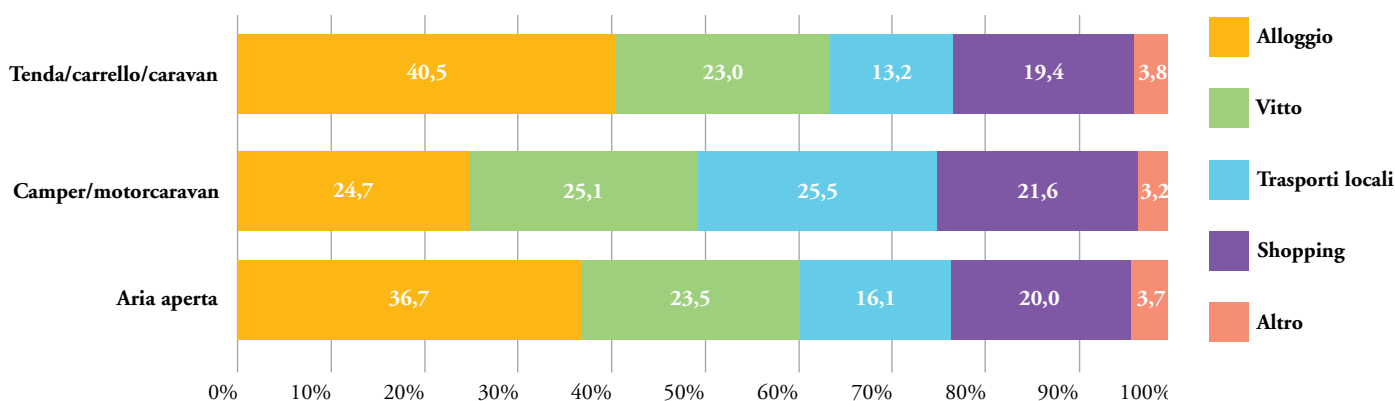
Analizzando nel dettaglio le spese dei turisti esteri all'aria aperta in Italia, si nota come gli olandesi spendano a notte un importo inferiore rispetto ai tedeschi, francesi e austriaci (46 euro contro, rispettivamente, 50, 56 e 58 euro). Per l'intero soggiorno, invece, i turisti provenienti dall'Olanda sostengono la spesa media maggiore (504 euro contro i 408 dei tedeschi, i 416 dei francesi e i 293 degli austriaci), considerando una vacanza media di 11 notti contro le 7-8 notti dei tedeschi e francesi e le 5 notti degli austriaci. In Italia, i camperisti esteri investono per l'intero soggiorno un importo inferiore rispetto a coloro che viaggiano in caravan (380 euro contro 447 euro), considerando una permanenza di 7 notti contro le 9 notti trascorse in caravan, mentre è allineata la spesa media giornaliera (49 euro), dovuta al fatto che la sosta in aree esterne ai campeggi è spesso gratuita. La spesa maggiore per singola notte e per intero soggiorno in camper viene sostenuta dai francesi (54 e 461 euro rispettivamente).

Per quanto riguarda la vacanza in caravan, gli austriaci mantengono il primato della spesa media giornaliera (circa 61 euro) ma vengono superati dagli olandesi per l'intero soggiorno (532 euro). La quota maggiore del budget degli esteri *en plein air* in Italia è destinata all'alloggio (36,7%), mentre il 23,5% al vitto, il 20% allo shopping e il 16,1% ai servizi di trasporto locale.

I camperisti, in proporzione, spendono una quota inferiore per l'alloggio (24,7% contro 40,5%), maggiore per i parcheggi e i trasporti locali (25,5% contro 13,2%), il vitto (25,1% contro 23%) e lo shopping (21,6% contro 19,4%), preferendo vacanze itineranti a differenza dei turisti in caravan. I camperisti tedeschi sono al primo posto per la spesa in alloggio, pernottando nei campeggi a pagamento, e nel vitto: rispettivamente il 32,4% (contro 29,2% degli olandesi, 22,8% dei francesi e 20,4% degli austriaci) e il 26% (contro 22,8% degli olandesi, 21,2% degli austriaci e 20% dei francesi).

Gli austriaci spendono maggiormente per i parcheggi, il carburante e i trasporti locali (40,9% contro 30,3% dei francesi, 20,1% degli olandesi e 18,5% dei tedeschi). Gli olandesi e i francesi spendono per lo shopping (rispettivamente 23,2% e 21,1% contro 20% dei tedeschi e 16,5% degli austriaci).

Distribuzione del budget di spesa totale dei turisti esteri all'aria aperta in Italia, per voce (valori %)



Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Gli obiettivi dell'Osservatorio

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

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

I valori di turisticità *en plein air*

Analizzando la **capacità di attrazione territoriale**, la Toscana si posiziona a livello nazionale in seconda fascia (indicatore tra 60 e 80), insieme a Valle d'Aosta, Puglia, Piemonte e Friuli Venezia Giulia. La vetta della classifica è occupata da Marche, Sardegna e Veneto, nelle quali Regioni la percentuale di affluenza dei turisti *en plein air* rispetto alla domanda turistica regionale totale risulta più elevata (indicatore superiore a 80 su 100).

L'**intensità della domanda *en plein air***, invece, raggiunge il valore massimo (indicatore tra 70 e 100) in Veneto e in Valle d'Aosta, mentre in Toscana l'indicatore risulta compreso tra 35 e 70.

I livelli di ricettività *en plein air*

In un quadro nazionale dove la qualità delle aree di sosta è sostanzialmente buona in tutte le Regioni italiane, come dimostrato dall'incidenza delle aree attrezzate regionali sul totale delle aree presenti, in Toscana l'indicatore relativo alla **qualità dell'offerta *en plein air*** si attesta tra 70 e 80, registrando al tempo stesso una buona **densità dell'offerta attrezzata *en plein air*** (indicatore tra 35 e 70).

Per quanto riguarda, invece, il **grado di specializzazione dell'offerta *en plein air*** la Toscana presenta un valore superiore alla media (indicatore tra 80 e 100), grazie alla presenza di campeggi e aree di sosta multifunzionali, insieme a Marche, Puglia e Abruzzo. La Toscana registra anche un'incidenza dell'offerta *en plein air* superiore al peso della domanda.

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

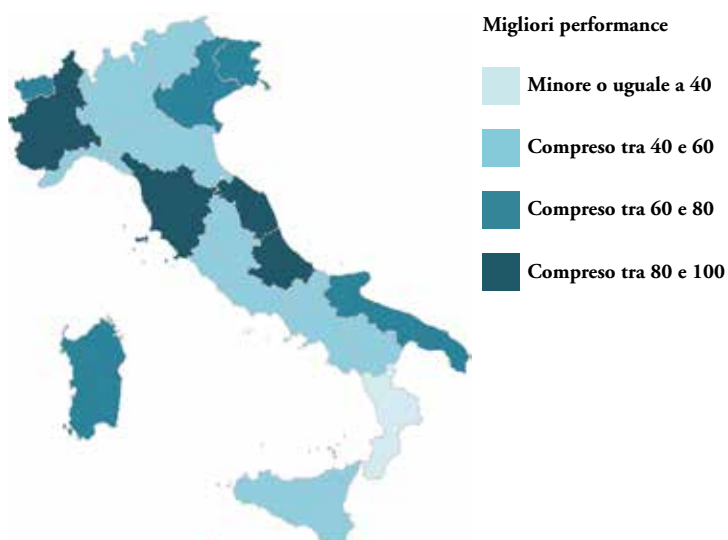
L'ultimo aspetto indagato dall'Osservatorio riguarda il **livello di sensibilità e di attenzione delle Regioni nei confronti del turismo *en plein air***, misurato considerando la concentrazione dei Comuni partecipanti del Bando promosso da APC "I Comuni del Turismo all'Aria aperta" (Comuni vincitori dal 2001 al 2007 e partecipanti dal 2008 al 2012).

La maggiore densità di tali Comuni si riscontra proprio in Toscana, insieme a Piemonte, Abruzzo e Marche (indicatore tra 70 e 100).

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

Considerazioni finali

In Toscana la sensibilità dei Comuni e la specializzazione dell'offerta *en plein air* non si accompagnano ad una corrispondente capacità di attrazione della domanda di turismo all'aria aperta. Tuttavia, da un quadro di sintesi, ottenuto combinando gli indicatori esaminati dall'Osservatorio, emerge come la Toscana sia tra le Regioni con le migliori performance di attenzione alla ricettività *en plein air* insieme a Marche, Piemonte e Abruzzo (indicatore tra 80 e 100).



Elaborazioni Ciset su dati APC



Strutture ricettive in Toscana

Secondo le stime fornite dalla rivista PleinAir, alla fine del 2012 le aree di sosta camper in Italia erano circa 2.000, di cui il 69% aree attrezzate, il 18% camper service e il 13% punti di sosta. Con le sue 179 aree di sosta totali, la Toscana risulta la terza Regione nel nostro Paese per la presenza di strutture dedicate all'accoglienza dei camperisti (circa 9%), dopo Piemonte (12,5%) ed Emilia Romagna (10,5%).

Analizzando la distribuzione delle differenti tipologie di aree di sosta, si nota come la Toscana sia la seconda Regione in Italia per presenza di aree attrezzate (127, pari al 9,4% del totale nazionale), preceduta solo dal Piemonte (11,1%).

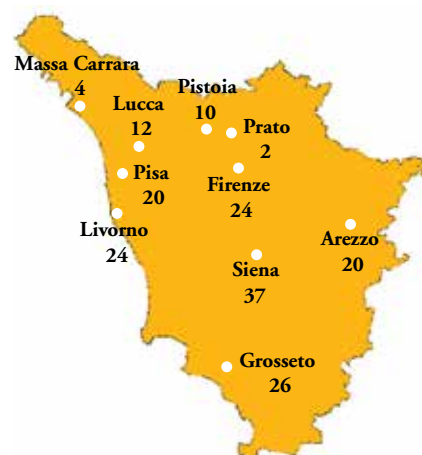
La Toscana è terza in Italia per la presenza di camper service e punti di sosta con lo stesso numero di strutture per entrambe le categorie (26), superata dal Piemonte (21,3% del totale nazionale) e dall'Emilia Romagna (17,6% del totale nazionale) per la numerosità di camper service, mentre per i punti di sosta è l'Emilia Romagna a sostenere il primato (16,7%) seguita dal Piemonte (12,5%).

A livello regionale si osserva una netta preponderanza di aree di sosta attrezzate (127) rispetto ai punti di sosta (26) e ai camper service (26), mentre per quanto riguarda la distribuzione nelle singole province, Siena, Grosseto e Firenze risultano maggiormente sensibili all'ospitalità *en plein air* per tutte le tre tipologie di strutture ricettive.

Come si evince dalla tabella sottostante, la gestione comunale (87 aree di sosta) prevale nei confronti di quella privata (52 aree di sosta), in controtendenza rispetto alla media nazionale (rispettivamente 48% e 52% dei casi), mentre sono 3 le aree di sosta presenti nei Parchi nazionali e 4 quelle presenti nei Parchi regionali.

Strutture ricettive in Toscana suddivise per provincia e per tipologia
(Aree Attrezzate, Camper Service, Punti Sosta, Comunali e Private)

| Regione Toscana | Aree | AA | CS | PS | Comunali | Private |
|-----------------|-------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Arezzo | 20 | 13 | 4 | 3 | 13 | 4 |
| Firenze | 24 | 15 | 8 | 1 | 10 | 4 |
| Grosseto | 26 | 19 | 0 | 7 | 11 | 12 |
| Livorno | 24 | 17 | 4 | 3 | 6 | 10 |
| Lucca | 12 | 11 | 0 | 1 | 8 | 3 |
| Massa-Carrara | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Pisa | 20 | 12 | 5 | 3 | 9 | 5 |
| Pistoia | 10 | 7 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| Prato | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Siena | 37 | 30 | 2 | 5 | 23 | 10 |
| TOTALI | 179* | 127 | 26 | 26 | 87 | 52 |



*Aree in parchi nazionali 3 - Aree in parchi regionali 4

GLOSSARIO**PUNTO SOSTA**

Area dove è possibile parcheggiare. Non sono previsti allacciamenti per il rifornimento di acqua pulita, né pozzetti per lo scarico delle acque grigie o nere. È vietata qualsiasi forma di campeggio (tendalini, sedie). Possono essere gratuiti o a pagamento essendo in genere parcheggi dove anche le auto possono sostare.

CAMPER SERVICE

Area dotata di pozzetto per il rifornimento di acqua pulita e per lo scarico di acque grigie e nere. Può essere gratuita o a pagamento.

AREA DI SOSTA ATTREZZATA

Area attrezzata con piazzole fornite di collegamenti idro-elettrici, con possibilità di effettuare lo scarico delle acque. In alcuni casi sono previsti servizi aggiuntivi quali servizi igienici, docce con acqua calda, lavabi, area verde, area giochi bimbi, zona barbecue e picnic, bacheca con informazioni turistiche. Solitamente la sosta è concessa per massimo 48-72 ore. Le aree attrezzate sono gestite da enti locali o da soggetti privati, solitamente sono a pagamento, ma, nel caso di aree attrezzate comunali, si trovano gratuite.

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

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

Con questo Bando l’Associazione finanzia ogni anno, con un montepremi complessivo di 100mila euro, i cinque migliori progetti di aree sosta camper, in gara per le categorie “Comuni del Nord”, “Comuni del Centro”, “Comuni del Sud e Isole”, “Città Termali” e “Parchi”. Nel corso delle undici passate edizioni è stata registrata la partecipazione di ben 511 amministrazioni locali, con la premiazione di oltre 70 progetti e l’inaugurazione di 31 aree di sosta, in 13 differenti Regioni.



Un modello di marketing territoriale: Terre di Siena Plein Air

Tra le interessanti iniziative di valorizzazione del territorio italiano attraverso la cultura del camperismo segnaliamo “**Terre di Siena Plein Air-Festival del Viaggiar Lento**”, nato dalla collaborazione tra la Provincia di Siena, APC e la rivista PleinAir. Con una capillare rete ricettiva di oltre 40 aree di sosta attrezzate nei 36 Comuni della Provincia, tale iniziativa promuove da tre anni dei percorsi dedicati agli amanti del *camper style* al fine di far conoscere le terre senesi e le loro tradizioni.

La manifestazione propone ai circa 4mila turisti coinvolti con 1.200 camper, un ricco programma di eventi: escursioni a piedi e in bicicletta, degustazioni, trattamenti termali e visite guidate gratuite nei principali centri storici. Il festival ha, inoltre, coinvolto le maggiori aziende produttrici del distretto toscano (CI e Roller Team, Elnagh, McLouis e Mobilvetta, Giottiline, Laika, Rimor, Kentucky e X-go), che nell’ultima edizione hanno ospitato oltre 400 appassionati visitatori negli stabilimenti produttivi.

Il quadro normativo regionale

Tra le normative che a livello nazionale prestano grande attenzione nei confronti dei turisti itineranti, è doveroso menzionare **la legge regionale n. 42 del 2000 della Regione Toscana**, che all’art. 24 riconosce le aree di sosta fra le strutture ricettive e all’art. 31 ne individua la capienza (da un minimo di 5 ad un massimo di 50 piazzole) e la durata massima di sosta (72 ore).



Il "cruscotto" degli indicatori

Lo studio sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale di un'area di sosta camper, realizzato da Vivilitalia per volontà di APC, intende offrire uno strumento informativo ai soggetti pubblici e privati che intendono conoscere tempi, modalità, costi e ricadute di tale investimento.

L'area di sosta rappresenta una struttura alternativa e complementare alle tradizionali formule di ospitalità, in grado di richiamare nuovi flussi turistici. Nelle località turistiche minori, l'area di sosta diviene un elemento di promozione e valorizzazione della destinazione stessa, mentre nelle località a forte vocazione turistica o di grandi dimensioni costituisce un'opportunità per diversificare e destagionalizzare l'offerta per i visitatori.

L'indagine effettuata ha stabilito come il maggiore vantaggio dell'investimento derivi da un'area di sosta camper medio-grande di 40 piazzole: considerando un investimento di 302.000 euro, un costo di gestione pari a 22.500 euro annui e un ricavo annuo a regime di 77.100 euro, i tempi di rientro dell'investimento risultano ammortizzabili in **5 anni e mezzo**, a fronte dei **9 anni per il Bed&Breakfast** e dei **23 anni per l'albergo**. Alla luce del crescente interesse verso il turismo *en plein air* in camper ma a fronte di una domanda turistica ancora insoddisfatta, l'adeguata comunicazione virale e la promozione on line sono in grado di stimolare e attrarre un rilevante movimento turistico in territori altrimenti marginali.

Tale flusso di visitatori garantisce importanti **ricadute sociali ed economiche sul territorio**. Sulla base di una stima prudenziale, a partire dai dati disponibili sulla spesa media dei turisti e di quella dei camperisti nello specifico, esclusa la spesa per il pernottamento, si stima, infatti, un giro di affari di **175 mila euro** annui generato sul territorio da un'area di sosta camper di 15 piazzole e di **468 mila euro** annui quello di un'area di 40 piazzole.

L'**impatto ambientale** di una struttura ricettiva riservata ai camperisti, inoltre, risulta minimo in tutte le sue fasi, (realizzazione, gestione ed eventuale dismissione/rinaturalizzazione) diversamente da quello per la costruzione di un B&B o di un albergo, come indicato nella tabella.

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

Identikit dei camperisti

L'indagine del Ciset, realizzata in collaborazione con Doxa per Fiere di Parma, traccia un profilo delineato del camperista italiano: ha un'età media di 39 anni, nel 50% dei casi è settentrionale, viaggia in media quattro volte l'anno, soprattutto per brevi week-end (1-3 notti) e preferibilmente in compagnia del partner (64%). Il 44% dei camperisti viaggia con animali domestici, mentre il 9% usa tale veicolo per garantire comfort anche alle persone disabili. Le destinazioni scelte sono quelle marittime (50%), il tour itinerante (21%) e il soggiorno in montagna (14%). L'Italia resta la meta preferita rispetto all'estero (73%).

Tra i camperisti europei incoming sono stati intervistati tedeschi, francesi e olandesi. L'età media è di 49 anni; i tedeschi provengono prevalentemente dal Centro e dal Sud della Germania (60%), i francesi dal Nord della Francia (56%) e gli olandesi da diverse aree nazionali. Rispetto a francesi (4,2) e tedeschi (3,5), il camperista olandese fa, in media, due viaggi all'anno, sia per vacanze di almeno quattro notti che per brevi week-end (1-3 notti). Nei tre Paesi i compagni di viaggio preferiti sono il partner o i figli (23%).

Il 21% dei tedeschi viaggia insieme a persone disabili, così come il 13% dei francesi e l'11% degli olandesi. Più di un terzo porta con sé i propri amici a quattro zampe. Le mete preferite dagli olandesi sono le località di campagna/collina (26%), le località lacustri (33%) e marittime (32%) dai tedeschi, mentre i francesi prediligono il mare (58%). Il 60% degli olandesi e oltre il 70% di tedeschi e francesi visitano più luoghi, mentre i restanti scelgono di fermarsi in un'unica località.

La scelta di un'area di sosta

Nella scelta della modalità di sosta i camperisti optano per il campeggio e per le aree attrezzate. Per i viaggi nel proprio Paese, italiani e francesi preferiscono le aree di sosta esterne ai campeggi e agli agricampeggi (oltre il 50% dei casi nei due Paesi), mentre tra coloro che preferiscono viaggiare all'estero i tedeschi sostano in campeggi a pagamento (49,3%) e gli olandesi scelgono le aree attrezzate (51%).

Le aree attrezzate a pagamento sono preferite dal 32,2% dei camperisti italiani, dal 13,3% dei tedeschi, dall'11,6% dei francesi e dal 45,7% degli olandesi. Sostano in agriturismi o agricamping il 3,5% degli italiani, il 2,9% degli olandesi, il 6,3% dei tedeschi e l'11,6% dei francesi.

Pulizia e igiene, caratteristiche del luogo e posizione dell'area, percezione di sicurezza, tariffe, attrattività della zona sono fondamentali per i camperisti italiani e tedeschi nella scelta di un'area di sosta, mentre per i camperisti francesi sono molto importanti il silenzio, la tranquillità e l'attrattività della zona. Gli italiani apprezzano la professionalità degli operatori e la qualità dei servizi, mentre i tedeschi e i francesi sono attenti al comfort della struttura. Gli olandesi tengono in considerazione le caratteristiche dell'area di sosta e l'attrattività del territorio.

Gli aspetti importanti nella scelta di strutture ricettive all'aria aperta

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

CISSET-Doxa per conto Fiere di Parma

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



Key Points

- 1** Nel 2012 la Regione Toscana si è resa promotrice di un protocollo d'intesa a sostegno del settore della camperistica per rilanciare la competitività dell'industria dei veicoli ricreazionali e della sua filiera.
- 2** Dalla collaborazione tra APC e Fiere di Parma nasce il Salone del Camper, evento di riferimento in Italia e secondo in Europa dedicato al mondo del caravanning e del turismo *en plein air*, che si terrà presso Fiere di Parma dal 14 al 22 settembre 2013.
- 3** In Italia nel 2012 le nuove immatricolazioni di camper e caravan hanno subito una contrazione del 29,4% rispetto al 2011, chiudendo a quota 6.156 veicoli, mentre i mercati nuovo e usato autocaravan hanno rilevato un andamento migliore (-16,6%).
- 4** Nel 2012 la Toscana è stata la Regione del Centro Italia con il maggior numero di immatricolazioni di camper, pari a 398 veicoli (8,4% del totale nazionale), e la seconda per il mercato del nuovo e dell'usato di veicoli ricreazionali, pari a 1.946 veicoli (7,7% del totale nazionale).
- 5** Circa 5,6 milioni di turisti, italiani ed esteri, hanno scelto nel 2011 il nostro Paese per vacanze *en plein air* (in camper, caravan o tenda), generando una spesa complessiva di 2,7 miliardi di euro per circa 51,7 milioni di notti. La spesa media di un turista estero *en plein air* incoming è stata di circa 49 euro al giorno e 430 euro per l'intero soggiorno, mentre per un italiano *en plein air* rispettivamente di 52 e 513 euro.
- 6** Combinando gli indicatori esaminati dall'Osservatorio sul turismo in camper e all'aria aperta nelle Regioni italiane, la Toscana si attesta tra i territori con le migliori performance, insieme a Marche, Piemonte e Abruzzo (indicatore tra 80 e 100).
- 7** Secondo le stime fornite dalla rivista PleinAir, alla fine del 2012 le aree di sosta camper in Italia erano circa 2.000. Con le sue 179 aree di sosta, la Toscana risulta la terza Regione per strutture dedicate all'accoglienza dei camperisti (circa 9%), dopo Piemonte (12,5%) ed Emilia Romagna (10,5%).
- 8** L'attenzione della Toscana verso il turismo all'aria aperta è testimoniata, sul piano normativo, dalle disposizioni della legge regionale n. 42 del 2000 e, sul piano della promozione, da iniziative come "Terre di Siena Plein Air-Festival del Viaggiar Lento", che mira a implementare percorsi esclusivi dedicati ai camperisti.
- 9** Secondo lo studio di Vivitalia, un'area di sosta camper di 40 piazzole rappresenta un ottimo investimento: considerando un costo di realizzazione di 302.000 euro, un costo di gestione di 22.500 euro annui e un ricavo di 77.100 euro a regime, i tempi di ritorno sono pari a 5 anni e mezzo, a fronte dei 9 anni per il Bed&Breakfast e dei 23 anni per l'albergo.
- 10** Il camperista italiano ha un'età media di 39 anni, nel 50% dei casi è settentrionale, viaggia in media quattro volte l'anno per brevi week-end (1-3 notti) e in compagnia del partner (64%), mentre il camperista europeo incoming ha in media 49 anni e viaggia in compagnia del partner o dei figli (23%).

Dati ed elaborazioni

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

Vivitalia

Regione Toscana

Comitato di redazione

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

Vivitalia

extra comunicazione e marketing

Coordinamento editoriale e Grafica

extra comunicazione e marketing

Stampa digitale

Pageservice

Finito di stampare Luglio 2013

APC-Associazione Produttori Caravan e Camper

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

www.associazioneproduttoricamper.it
www.sceglilcamper.it