

SCHEDA TECNICA

L'industria del caravanning in Italia e in Europa

1. La crisi colpisce anche il settore del caravanning: la domanda di veicoli ricreazionali nuovi ha subito nel 2011 una diminuzione del 6,9% rispetto al 2010.
2. Nel 2011 sono stati venduti 8.709 veicoli, di cui 7.010 camper (-7,2%) e 1.699 caravan (-5,7%).
3. Il numero dei camper nuovi immatricolati a noleggio è rimasto pressoché costante tra il 2007 e il 2011, attorno al 15% del totale mercato.
4. Raffrontando i camper immatricolati per il noleggio con il calo delle vendite di nuovi camper, si può affermare che il noleggio rappresenta una risposta alla crisi, un'opportunità che consente all'utenza potenziale di scoprire il camper style.
5. Il Nord Ovest dell'Italia registra i maggiori movimenti di acquisto di camper sia nuovi che usati.
6. Il parco circolante è composto per il 50,6% da veicoli con più di 10 anni di anzianità e per il 49,4% con meno di 10. Addirittura il 35,6% ha un'età superiore ai 15 anni.
7. A livello europeo, si registra tra il 2010 e il 2011 un incremento del mercato dei camper a confronto con quello delle caravan.
8. I Paesi con la più alta densità di camper e caravan ogni 10.000 abitanti sono quelli del Nord e Centro Europa, come riflesso della tendenza ad avere un rapporto più diretto con la natura e l'ambiente.
9. Confrontando i movimenti dei camper nuovi e usati del 2011, l'Italia, rispetto ai mercati di Germania e Francia, registra il minor numero di veicoli nuovi venduti: solo 47 ogni 100.000 abitanti, contro 87 della Germania e 104 della Francia.
10. In Italia, i volumi del mercato dell'usato sono maggiori rispetto ai volumi del nuovo: per ogni veicolo nuovo immatricolato ci sono 3,1 veicoli usati, dato più elevato rispetto alla Francia (2,6) e alla Germania (2,5).