



**Riassunto del Convegno di presentazione del  
1° RAPPORTO NAZIONALE SUL TURISMO EN PLEIN AIR  
IN CAMPER E IN CARAVAN 2012  
Roma, 21 giugno 2012**

Il convegno è stato aperto da **Paolo Bicci**, presidente di APC-Associazione Produttori Caravan e Camper e Gruppo Produttori Veicoli per il Tempo Libero-ANFIA, il quale ha spiegato la necessità di capire dove siamo, cioè la necessità di avere un rapporto per

- fotografare la filiera produttiva del caravanning
- conoscere gli stili di vita dei camperisti italiani ed europei
- analizzare le dinamiche del turismo en plein air in Italia e nelle Regioni
- promuovere una modalità di viaggio libera ed ecosostenibile che valorizzi la "Piccola Grande Italia"
- sensibilizzare le istituzioni ed amministrazioni ad intervenire sul ritardo del sistema ricettivo italiano, potenziando le aree di sosta comunali

Successivamente, è intervenuta **Valeria Minghetti**, Ricercatore senior Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Cà Foscari di Venezia, la quale ha descritto tutto il rapporto, che cerco di riassumere nei seguenti punti:

- la crisi economica si sente anche in questo settore, soprattutto a causa delle difficoltà di accedere al credito al consumo, per i costi del carburante, pedaggi autostradali ed assicurativi, che influiscono sul fatturato dell'intero comparto, a causa della trasformazione delle abitudini e scelte dei turisti verso un turismo più sensibile alla questione ambientale e alla qualità della vita
- negli ultimi tre anni le nuove immatricolazioni di camper sono calate mentre sono cresciuti i trasferimenti di proprietà di veicoli usati, mantenendo, così, stabili i volumi complessivi, ciò significa che il camper rappresenta ancora una scelta valida per le vacanze
- il mercato dei nolegg è rimasta costante al 15% del mercato, mantenendo costante interesse verso questo tipo di vacanza
- il 50% del parco circolante ha più di 10 anni, il 35% ha più di 15 anni, mentre in Germania e Francia queste percentuali sono molto più basse, quindi in Italia c'è un parco circolante "vecchio"
- in Italia l'età media del camperista è di 39 anni, mentre in Francia e Germania è 47-48: in Italia il camper è utilizzato soprattutto da famiglie, mentre all'estero più da coppie pensionate ed anziane
- il 44% dei camperisti italiani va in vacanza con l'animale domestico e il 9% con persone disabili o con difficoltà motorie
- più del 52% dei camperisti prediligono le soste fuori dai campeggi, privilegiando le aree di sosta gestite a pagamento (32%), mentre il 44% preferisce i campeggi, che garantiscono maggior sicurezza e tranquillità ed offrono più servizi





- i camperisti utilizzano prevalentemente internet per raccogliere informazioni su itinerari ed aree di sosta
- il mercato complessivo del turismo all'aria aperta è del 5% rispetto a tutto il movimento turistico nazionale e spende in media € 54,00 al giorno pro-capite

Dopo la esauriente presentazione del rapporto, ha preso la parola **Franco Boni**, Presidente di Fiere di Parma per il Salone del Camper, che ha annunciato che quest'anno il Salone del Camper è stato qualificato come "internazionale" e si riconferma un'imperdibile occasione per scoprire le ultime novità del settore. Durante l'esposizione, verranno organizzate iniziative turistiche nei paesi e comuni della provincia di Parma, affinché il visitatore possa gustare al meglio anche l'offerta dei prodotti tipici e delle bellezze architettoniche e culturali del territorio.

Il presidente **Paolo Bicci** ha ripreso la parola evidenziando che in Italia ci sono problemi di mancanza di ricettività per tutto il turismo all'aria aperta, per questo APC promuove un bando per la realizzazione di aree attrezzate e ogni anno premia i 5 progetti più rilevanti, affinché si possa incrementare le strutture ricettive e dare maggior disponibilità alla grande richiesta del turismo all'aria aperta, che è turismo tutto l'anno, destagionalizzato, di qualità e una ottima risorsa per piccoli e grandi paesi e località d'Italia.

La parola passa ad **Andrea Bianchi**, Direttore Generale per la Politica Industriale e la Competitività del Ministero dello Sviluppo Economico, intervento tanto atteso dai precedenti relatori, in quanto cercano una risposta dalle istituzioni per sostenere il settore del caravanning:

- l'industria del caravanning in Italia esprime ai massimi livelli il design e prodotto il Made in Italy, la cui produzione si concentra in distretti industriali e tecnologici
- molto bene è il mercato dell'esport, dove finisce il 58% del fatturato, ma la crisi economica sta colpendo il mercato dei beni durevoli, nel quale sono compresi anche i camper e le caravan
- occorre trovare la maniera di attuare delle politiche sul turismo ecologico e sostenibile, cercando un modello di offerta turistica di diffusione sul territorio rispetto a grandi costruzioni localizzate, per agevolare il risparmio e il rispetto del nostro bellissimo territorio italiano
- introduzione di strumenti che utilizzeranno le nuove tecnologie quali internet, per la diffusione della conoscenza e l'offerta del territorio
- rinnovare il parco circolante dei camper basato sulle riduzioni delle emissioni, al fine di incentivare la sostituzione del vecchio veicolo con un altro con emissioni più ridotte
- rafforzare le reti di imprese

Infine l'intervento di **Caterina Cittadino**, Capo Dipartimento Ministero del Turismo, ha espresso le proprie considerazioni riguardo il turismo all'aria aperta:

- la crisi economica sta apportando una fortissima riduzione del turismo domestico, e per i prossimi 4 anni potrebbe essere ancora peggio
- l'offerta italiana costa, è di alto livello, ma costa troppo, quindi occorre cercare mete





**vacanzeLandi@<sup>®</sup>**

[www.vacanzelandia.com](http://www.vacanzelandia.com)

- economiche e spesso si ripiega all'estero
- il turismo è una Impresa, ma le politiche non lo hanno mai considerato un settore produttivo
  - l'errore che si compie a livello politico è considerare il turismo solo il segmento industriale (produttori veicoli, accessori, ecc...), mentre il resto è solo promozione (strutture ricettive, territorio, ecc...)
  - in Francia il turismo è di successo perché esiste un "sistema paese" che guida nell'ottica del turismo, creando uno sviluppo turistico a 360°, dai produttori alla ricettività e a tutto l'indotto
  - in Italia occorre promuovere e far conoscere i posti minori, stimolando il turismo fuori stagione

Lorenzo Gnaccarini  
vacanzeLandi@

