

CFP

CAMPER PROFESSIONAL

Immatricolazioni

Il mercato italiano ed europeo dell'RV

La parola al settore

Soluzioni e sfide per i referenti di produzione, distribuzione, accoglienza e utenza

Una ricerca tedesca

Le vacanze in camper producono meno CO2



HERMANN PFAFF
ECF



CRAIG KIRBY
RVIA



NICOLAS ROUSSEAU
Rapido Group



UTE HOFMANN
Laika



ROBERTO ADAMI
Pössl-Vivair

VENDERE ACCESSORI ONLINE
Rischio o opportunità?

FRIGORIFERI
Tecnologie a confronto

CURIOSITÀ
I camper più strani mai progettati



Più coesione per un futuro migliore

In un momento così particolare per il settore italiano del turismo all'aria aperta, abbiamo voluto raccogliere le voci delle principali associazioni, da quella dei produttori a quelle degli utenti, passando per chi raggruppa le strutture ricettive. Ecco quali sfide dovranno affrontare nei prossimi mesi

Testo di Paolo Galvani

Il turismo all'aria aperta ha vissuto una delle stagioni più strane a memoria d'uomo. La pandemia da Covid-19 ha infatti da una parte portato a ingenti perdite economiche per le strutture ricettive, ma dall'altra ha invece risvegliato un grande interesse per questo tipo di vacanza, il cui effetto immediato è stato quello di spingere le vendite di veicoli ricreazionali nuovi e usati. In mezzo, gli utenti hanno cercato di approfittare delle "finestre" di libertà concesse tra i necessari lockdown. Virus permettendo, il 2021 potrebbe essere un anno particolarmente importante per il settore, in cui capitalizzare quanto di buono è emerso nel corso dello scorso anno. Camper Professional ha voluto sentire le dieci principali associazioni di settore, per capire dal loro punto di vista quali saranno le sfide

che dovranno essere affrontate nei prossimi mesi, Covid a parte. Abbiamo quindi interpellato chi riunisce i produttori di veicoli ricreazionali (APC), chi li vende (Assocamp), chi li ospita (AIASC, Assocamping e FAI-TA-Federamping) e chi li utilizza (ACTItalia, ANCC, Confedercampeggio e UCA), oltre a chi cerca di riunire in un unico gruppo tutta la filiera (Promocamp). Ovviamente ogni associazione ha sfide e obiettivi diversi, che a volte le mettono in contrapposizione, ma ci sono anche degli elementi comuni su cui si potrebbe lavorare insieme in modo proficuo. Per esempio, un filo conduttore che è emerso parlando con queste realtà è che è molto sentita l'esigenza, a ogni livello, di aumentare le strutture in grado di accogliere il turista itinerante, non solo in alta stagione. C'è anche

unanimità di vedute tra le tre associazioni che riuniscono chi si occupa dell'ospitalità nel ritenere importante un maggiore dialogo con le istituzioni, che deve necessariamente portare a risultati più concreti. Un altro aspetto che in alcuni casi accomuna le sfide di questi gruppi è l'idea di promuovere maggiormente il turismo all'aria aperta in quanto tale. E se i costruttori si pongono giustamente come obiettivo quello di aumentare le immatricolazioni e di vincere la sfida per veicoli più eco-compatibili, tra gli utenti si alza la richiesta di mezzi più abbordabili in termini economici e di maggiore collaborazione con le altre realtà di settore. Ma vediamo più in dettaglio che cosa è emerso confrontandosi con i responsabili delle diverse associazioni.

Produzione, vendita e servizi

Ludovica Sanpaulesi



Ester Bordino



Luigi Boschetti



APC

"Vediamo due grandi sfide nel nostro settore, entrambe cruciali," dice Ludovica Sanpaulesi, Direttore Generale dell'APC. "Una riguarda il numero delle nuove immatricolazioni di veicoli ricreazionali in Italia, attualmente di poco superiore alle 6.000 unità/anno. Osservando il rapporto tra nuove immatricolazioni e i principali indicatori, come per esempio popolazione e PIL, si evidenzia un discreto potenziale di crescita. Sarebbe ingenuo pensare che muovendo poche leve, o addirittura una sola, si possa riuscire ad aumentare il numero di immatricolazioni. Tutti noi stakeholder dobbiamo fare la nostra parte per riuscire a intercettare questo potenziale, favorendo un'evoluzione culturale e veicolare per offrire un'immagine più 'cool' del camper. Per sostenere questo obiettivo, APC si avvarrà del proprio Comitato Marketing, composto da professionisti del settore".



Secondo APC, l'altra grande sfida che attende il settore è quella tecnologica. "Parliamo di elettrico, ibrido, idrogeno, Internet delle cose e domotica, solo per citare gli ambiti più evidenti della trasformazione che abbiamo davanti e che - in parte - è già in corso," sottolinea Sanpaulesi. "Far diventare gradualmente i camper prodotti sempre più green non riguarda solo i motori, ma anche tutto ciò che è legato a elettrodomestici, materiali e tecnologia di bordo. Il trend verso camper dalle dimensioni contenute accresce la sfida. Un altro fattore chiave sarà riuscire a rendere sempre più semplice l'utilizzo del veicolo. L'APC sarà al fianco dei propri associati fornendo supporto informativo nell'area tecnico/normativa che è destinata a subire una profonda trasformazione nei prossimi anni".

Assocamp

"La sfida, in questo periodo 'sospeso', è quella di far conoscere il camper e la sua filosofia," dice Ester Bordino, presidente di Assocamp. "Da marzo ci stiamo impegnando con campagne social per sostenere che 'con il camper e con la caravan puoi'. L'obiettivo è promuovere nei confronti di un pubblico sempre più vasto tutte le peculiarità del veicolo ricreazionale. La vacanza sicura, la tua casa con te, il tuo cuscino e la tua cucina sono stati il 'leit motiv' della nostra campagna. Ora è però necessario istruire questi neo-camperisti, spiegandogli dove possono andare e quali sono le regole di comportamento da tenere. Abbiamo quindi avviato una campagna social con mini-video e vignette che cercano di far capire cosa si può fare e soprattutto cosa evitare".

Poi Bordino affronta un tema piuttosto sentito, ovvero la necessità di lavorare con le varie associazioni per far sì che ogni città si doti di un'area di sosta. "La cosa veramente difficile è riuscire a far capire alle varie amministrazioni, ai ristoratori e agli operatori del commercio che i camperisti non sono turisti di serie B, ma sono persone che amano acquistare prodotti locali e assaggiare i cibi tipici del luogo in cui si trovano," sottolinea. "Dobbiamo sfatare l'immagine del camperista che sfrutta solo il territorio, perché è una cosa assolutamente non vera".



ASSOCAMP
Associazione Nazionale
Operatori Veicoli Ricreazionali
e Artigiani per il Campeggio

Promocamp Italia

Il tema dell'immagine è molto sentito anche da Promocamp. "Secondo noi è prima di tutto necessario creare la cultura della vacanza all'aria aperta, promuovendola come stile di vita. Che questa venga fatta con una tenda da poche centinaia di euro, con un carrello tenda, una caravan o un motorhome top di gamma poco importa," afferma il presidente Luigi Boschetti. "Purtroppo, la ricettività attuale disincentiva il turismo itinerante, perché una piazzola per due/tre persone con allaccio alla luce non può costare 50 o 60 euro al giorno, ammesso di trovarla. È necessaria una politica diversa. Dovremmo imparare guardando oltre i nostri confini. In Francia, per citare l'esempio più noto, i campeggi sono luoghi con un ottimo rapporto qualità/prezzo nei quali i turisti transitano o soggiornano con grande facilità. Poi ci sono i villaggi e tutte le altre strutture dedicate a chi desidera una vacanza stanziale".

Un altro problema legato alla ricettività è la sua scarsità in valore assoluto. "C'è una preoccupante assenza di strutture in molte aree del territorio nazionale, parliamo di una miniera i cui giacimenti sono ancora vergini, tutti da scoprire e sfruttare, un settore sul quale Promocamp, solitaria, lavora da diverso tempo. Da anni, infatti, collaboriamo con gli Assessorati al Turismo di diverse Regioni per la stesura di leggi, affinché il turismo itinerante sia tenuto nella giusta considerazione e, per quanto possibile, normato in modo organico. Analogamente, lavoriamo con le Commissioni turismo della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica affinché il Paese possa contare su una normativa che incentivi l'imprenditoria a considerare questo settore per quello che è: una grande opportunità".



APC

Associazione Produttori Caravan e Camper

APC è un'associazione che riunisce 50 aziende fra produttori di caravan e camper e produttori di componentistica. Sostiene e favorisce lo sviluppo della cultura del veicolo ricreazionale attraverso l'implementazione, lo sviluppo e il mantenimento di rapporti con le istituzioni, gli enti e le imprese a livello sia nazionale che internazionale.

www.associazioneproduttoriamp.it

Assocamp

Associazione Nazionale Operatori Veicoli Ricreazionali e Artigiani per il Campeggio

Assocamp è l'unica associazione in Italia di rivenditori di veicoli e attrezzature per il Turismo all'aria aperta. Raggruppa oltre 200 affiliati e cura eventi, iniziative e pubblicazioni volte a fornire ai suoi associati e non strumenti utili di comunicazione e di tutela.

www.assocamp.com

Promocamp Italia

È un'associazione no-profit e apolitica di imprenditori e operatori che opera a livello nazionale ed europeo per promuovere il turismo all'aria aperta in tutte le sue forme, nonché per stimolare l'unitarietà di intenti tra le associazioni. Promocamp è l'unica associazione rappresentativa dell'intera filiera della produzione, della commercializzazione e delle attività di servizio del turismo all'aria aperta.

www.promocamp.it

Strutture ricettive

Maurizio Vianello



FAITA-Federamping

Spostandosi sul fronte di chi il turista lo ospita, abbiamo interpellato le associazioni che raggruppano le strutture ricettive. *"Il Covid ha creato un gradino che va recuperato e che va considerato in ogni progetto di breve e medio termine,"* dice Maurizio Vianello, presidente di FAITA-Federamping. *"Al netto della variabile Covid, ci sono due assi strategici su cui la nostra associazione punta per il rilancio del settore. Il primo è l'adeguamento della sua immagine in ambito pubblico: bisogna che gli amministratori riconoscano l'importanza di un settore strategico come il nostro".*

"Il secondo asse è quello della formazione di un management d'impresa capace di seguire la crescita della domanda, accompagnato poi da un'adeguata preparazione dei dipendenti," continua Vianello. *"Si tratta di un vero e proprio progetto che vedrà la luce nel corso del prossimo anno e che sarà portato avanti direttamente da FAITA-Federamping. E che non potrà durare meno di un paio d'anni. Sarà un programma fondamentale per tutti coloro che vorranno aggiornarsi per seguire una domanda completamente mutata. A questi due assi strategici per il nostro futuro, aggiungo che ritengo fondamentale collaborare con tutta la filiera dell'open-air. Come FAITA-Federamping saremo sempre impegnati a ricercare un maggiore dialogo e una grande coesione tra tutti gli attori del settore".*



Monica Saielli



Assocamping Confesercenti

"Gli aspetti positivi dell'open-air spesso si scontrano con una mancanza di conoscenza da parte delle istituzioni, che ignorano il nostro mondo e le sue caratteristiche", dice Monica Saielli, presidente di Assocamping. *"È dunque necessario che la politica prenda consapevolezza dell'importanza del comparto all'aria aperta con azioni volte a valorizzarlo. Innanzitutto, è di primaria importanza che la legislazione di settore sia più chiara, semplice, facilmente applicabile e soprattutto coerente con le esigenze del comparto. Gli aspetti urbanistici e paesaggistici necessitano di maggiore snellezza, soprattutto in riferimento alle strutture già esistenti, al fine di velocizzare i processi di riqualificazione dei campeggi".*

Secondo Saielli è importante che le istituzioni siano di supporto. *"In quest'ottica di rafforzamento dell'offerta open-air, attraverso strutture e servizi sempre più innovativi, il Governo deve mettere in pista gli strumenti che sostengano questo processo,"* afferma. *"L'azione sindacale di Assocamping Confesercenti si sta muovendo in questa direzione: 1) prospettando al Governo le necessità del comparto, indicando le misure più adatte a concretizzare gli obiettivi individuati; 2) incentivando e valorizzando la vacanza open-air assistendo le strutture ricettive all'aria aperta sui temi normativi, ma anche sulle attività di promozione e innovazione dell'offerta".*



Massimo Tomellini



AIASC

La sostenibilità dei territori e la riqualificazione dell'ospitalità diffusa rappresentano due temi di particolare attualità. *"AIASC sa bene che una rete capillarmente diffusa sul territorio per l'ospitalità dei camper rappresenta una grande opportunità di accoglienza e che è la chiave di volta per questi importanti temi,"* afferma il presidente Massimo Tomellini. *"Per quanto ci riguarda, il percorso è tracciato: occorre instaurare un proficuo dialogo con le istituzioni, cui rappresentare il vantaggio di costruire reti sinergiche di ricezione turistica, diffuse sul territorio, fornendo nel contempo il necessario supporto per una revisione del panorama legislativo".*

Il camperista racchiude in sé l'essenza del plein-air, che lo guida alla scoperta dei territori, lungo un percorso culturale che passa attraverso percorsi diversificati: enogastronomia, arte, natura e attività sportive. *"L'energia di questa filosofia di viaggio non deve essere dispersa, realizzando aree di sosta sempre più evolute e accoglienti,"* aggiunge Tomellini. *"Questo processo di crescita, già in essere, non può che favorire lo sviluppo delle economie locali. Di pari passo, è già partito un percorso di osmosi dell'accoglienza del camper, mirata alla qualificazione della ricettività, attraverso delle aree sosta camper al passo con i tempi".*



FAITA-Federamping

Federazione delle Associazioni Italiane dei Complessi Turistico-Ricettivi all'Aria Aperta

Rappresenta e tutela gli interessi e i diritti delle Imprese turistico ricettive dell'aria aperta (camping e villaggi turistici). La federazione è attiva e opera da più di 50 anni, associando la maggioranza delle 2.350 imprese italiane del settore attraverso 18 associazioni regionali.
www.faita.it

Assocamping Confesercenti

Associazione Nazionale delle Imprese Turistico Ricettive all'Aria Aperta

Svolge una funzione di programmazione e di promozione, assiste e tutela le imprese nella contrattazione nazionale collettiva di lavoro, promuove l'avvio delle necessarie trasformazioni per rendere le strutture ricettive sempre più rispondenti alla domanda, propone l'adozione di normative legislative ai soggetti istituzionali ed eroga servizi per innovare e personalizzare l'offerta delle imprese del settore.
www.assocampingweb.it

AIASC

Associazione Italiana Aree Sosta Camper

È l'associazione di categoria degli imprenditori, operatori e gestori delle aree sosta camper. La sua mission è favorire e sostenere l'imprenditoria di questo settore, attraverso la costruzione di un'identità e una voce comune a favore del turismo all'aria aperta.
www.aiasc.it

Campeggiatori

ACTItalia

Federazione Nazionale Associazione Campeggiatori Turistici d'Italia. Riconosciuta dalla FICC è un punto di riferimento per i club affiliati, per i tesserati e per tutto il comparto del turismo del movimento operanti in Italia e all'estero.

www.actitalia.it

Confedercampeggio

Confederazione Italiana Campeggiatori

Si occupa di turismo all'aria aperta svolto con tenda, caravan o autocaravan e riunisce circa 190 club e 15 federazioni regionali, con migliaia di nuclei familiari iscritti.

www.federcampeggio.it

ACTItalia

Passando al mondo degli utenti, gli obiettivi rimangono simili, almeno sentendo ACTItalia. "Per noi la sfida prioritaria sarà quella di riuscire a recuperare un'unione di intenti fra i principali protagonisti del settore," spiega il presidente **Guido Chiari**. "Le associazioni di riferimento dei campeggiatori dovrebbero iniziare a confrontarsi e a condividere un progetto o un'idea. Fin dal 2017 abbiamo evidenziato questa necessità promuovendo gli Stati Generali del Turismo Pleinair. Lo scopo del progetto è quello di creare interazione, dialogo e confronto in maniera trasversale fra tutti i soggetti che gravitano nel settore del turismo del movimento, per coinvolgere e far capire ai politici e agli amministratori locali che la nostra attività turistica non è inferiore agli altri settori". Qui emerge chiaramente l'esigenza di approdi sicuri per il turista itinerante. "Stiamo lavorando anche alla rivisitazione del progetto per l'assegnazione della 'Bandiera Gialla' alle aree sosta comunali: un riconoscimento per la loro propensione ad accogliere i campeggiatori a cui offrono strutture idonee e non banali parcheggi," dice Chiari. "Anche in questo caso si tratta di educare e far conoscere il nostro mondo alle amministrazioni, facendo capire quanto questa tipologia di turismo possa fare da traino all'economia locale. È un processo che deve coinvolgere tutti, dal potere pubblico agli operatori turistici, dai commercianti agli artigiani, fino al singolo cittadino".



Confedercampeggio

La necessità di realizzare mezzi meno dotati tecnologicamente, ma più abbordabili dal punto di vista economico, è sottolineata dalla Confederazione Italiana Campeggiatori, che poi passa alla vera sfida che dovrà essere affrontata nei prossimi mesi. "Nella filiera del turismo all'aria aperta anche i campeggi devono organizzarsi diversamente", sostiene il presidente **Giovanni Grassi**. "Queste strutture non possono lavorare sei mesi e pretendere di guadagnare per tutto l'anno. Oggi i mezzi girano in ogni stagione, a parte le limitazioni contingenti. Un campeggio che ha tremila posti può vivere anche gli altri mesi dell'anno mettendone a disposizione qualche centinaio. Oltre tutto, mi fa piacere vedere che l'interesse per la caravan, mezzo versatile e molto economico, si sta riaccendendo, ma per poterla utilizzare bisogna che i campeggi siano aperti". Anche la realizzazione di nuove aree di sosta è al centro degli obiettivi di Federcampeggio. "Con la nostra associazione spingiamo, tramite le federazioni regionali, per fare in modo che si diffondano le aree di sosta attrezzate, che costano molto meno del campeggio e che per 10/15 euro possono offrire i servizi di base," continua Grassi. "Bisogna però stimolare i comuni. E anche chi gestisce i campeggi potrebbe attrezzare una parte dello spazio in questo modo, adeguandosi alle nuove esigenze del mercato".



ANCC

Associazione Nazionale Coordinamento Camperisti

Operativa dal 1985, è la maggiore associazione italiana che rappresenta gli utenti di autocaravan. Ha raccolto nel 2020 oltre 14.000 equipaggi, pari a circa 48.000 utenti.

www.coordinamentocamperisti.it

UCA

Unione Club Amici

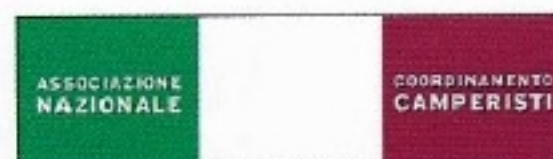
È nata nel 1996 al fine di realizzare una rete di "pubblica assistenza" per tutti i turisti itineranti a prescindere che siano o meno aderenti all'Unione Club Amici.

www.unioneclubamici.com

ANCC

Qualche crepa nei rapporti tra le associazioni viene evidenziata da ANCC. "Gli allestitori dovrebbero progettare veicoli leggeri, ma già predisposti ad accogliere i vari accessori unificandone le misure," afferma il segretario **Pierluigi Ciolli**. "In questo modo si potrebbero creare gruppi di acquisto per evitare che un semplice rubinetto per camper costi tre volte di più rispetto a uno normale o che le finestre siano pezzi da gioielleria. Purtroppo, degli oltre 130 allestitori esistenti nel 1985 ne sono rimasti solo qualche decina. Oggi l'unico interlocutore per gli allestitori è APC, che da sempre ci vede come nemici invece che come clienti da ascoltare, attivando proficue sinergie utili al loro sviluppo".

"Le crisi si superano se c'è l'intelligenza di cambiare, ma purtroppo non l'abbiamo vista e non la vediamo in nessun allestitore e/o loro rappresentante," rincara Ciolli. "Non sono mai stati in grado di sedere a un tavolo tecnico per programmare il rilancio del prodotto. Ci siamo dovuti organizzare da soli per far varare una legge per la circolazione delle autocaravan, per far progettare, costruire e poi installare impianti igienico sanitari per scaricare le acque reflue, per bloccare il superbollo, per intervenire ogni giorno per far valere la legge e far revocare sbarre e divieti alla circolazione e sosta: milioni di ore di lavoro sottratte alla vacanze e centinaia di migliaia di euro sottratti alle nostre tasche".



UCA

Ivan Perriera, Coordinatore Nazionale di UCA, affronta il tema partendo dai problemi legati alla circolazione. "L'aumento consistente della presenza di veicoli ricreazionali ha allarmato, e non poco, i sindaci di tante città," dice. "A tutto ciò si aggiunge l'assoluto immobilismo delle istituzioni, che sembrano voler ignorare l'esigenza di una regolamentazione della circolazione e sosta delle autocaravan. Sono troppe le interpretazioni che offre l'art. 185 del Codice della Strada, che andrebbe adeguato agli sviluppi tecnico/pratici che ci sono stati in questi anni". Alla fine, però, si torna al tema della sosta. "Come utenti, dovremmo pretendere strutture ricettive in ogni città, fatte da aree di sosta comunali, private, agriturismo e campeggi, magari con offerte diversificate in base ai servizi offerti," aggiunge Perriera. "Da parte nostra stiamo sollecitando le istituzioni statali per ottenere risposte e collaborazione, con l'obiettivo di trovare il giusto equilibrio fra la richiesta dei turisti di girare in libertà e quella delle amministrazioni che non sanno come regolamentare questa forma di turismo. Per questo il nostro obiettivo non può che essere quello di organizzare un tavolo sul turismo itinerante, al quale non dovranno mai mancare le federazioni degli utenti".



Insomma, il panorama delle associazioni è variegato, ma gli interessi sono comuni. L'auspicio è che le forze si possano unire ancora di più, magari mettendo da parte vecchi dissapori, nell'interesse di tutto il settore.