



RAPPORTO SUL TURISMO ALL'ARIA APERTA

TEAM CST

Stefano Poeta – Direttore Tecnico Scientifico

Stefania Berardi – Redattrice Ricerca

Maria Stella Minuti – Redattrice Ricerca

TEAM FAITA FEDERCAMPING

Maurizio Vianello – Presidente

Placido Rosi – Vice Presidente Vicario

Stefano Amadei – Vice Presidente

Salvatore Vingiani – Segretario Generale

Nicolcarlo Genovese

Marco Sperapani



Via C.Cecchi, 1
06088 S.Maria degli Angeli (PG)
Tel 075.80.52.800 - Fax 075.80.42.986
www.cstassisi.eu – info@cstassisi.eu



Via Properzio, 5
00193 ROMA
Tel. 06.32.11.10.43 – Fax 06.32.00.830
www.faita.it – nazionale@faita.it

I dati sul turismo all'aria aperta ci danno la misura dell'importanza di questo settore per le capacità imprenditoriali in grado di esprimere e per il contributo all'economia in termini di crescita ed occupazione che spesso sembrano sfuggire a molti addetti ai lavori e non. Come sanno gli operatori della filiera turistica nazionale, il comparto open air contribuisce a rendere più articolata l'offerta turistica del Paese e rappresenta uno strumento importante per il recupero di competitività e per il rilancio del nostro sistema. Gli oltre 8 milioni di arrivi all'anno nei campeggi e nei villaggi turistici italiani costituiscono una preziosa risorsa da valorizzare e su cui investire, raccogliendo al tempo stesso le nuove importanti sfide del turismo internazionale che comprendono aspetti legati alla novità, alla sostenibilità, all'accessibilità, al confort e al contatto con la natura.

I numeri del turismo all'aria aperta dell'ultimo decennio parlano chiaro ed appaiono tanto più preziosi ed utili se collocati all'interno del contesto economico e turistico del nostro Paese. I 2.500 operatori e gli oltre 40.000 addetti del settore potranno trarre da questo volume le indicazioni e gli stimoli necessari per affrontare da "protagonisti" le sfide del mercato, che è oggi caratterizzato da un turista-consumatore sempre più attento ed esigente.

Carlo Sangalli
Presidente Confcommercio

Brevi note introduttive

A distanza di poco più di un lustro la Federazione ha ritenuto utile un aggiornamento del Rapporto sul Turismo all'Aria Aperta in Italia affidandone la stesura all'esperienza del CST (Centro Studi sul Turismo) di Assisi diretto dal prof Stefano Poeta, al quale insieme suoi collaboratori va il mio personale ringraziamento per la qualità del loro lavoro .

Non credo di essere particolarmente originale dicendo che si tratta di una lettura destinata ad un pubblico di "addetti" che nel panorama nazionale non sono numerosi; ciononostante quelli che come noi lavorano per e nel settore dell'open air troveranno in questa nuova edizione del Rapporto dati, spunti ed indicatori utili, in qualche caso preziosi, per la crescita delle imprese.

Sullo sfondo si profila l'immagine di un settore che dopo anni di crescita, in certi contesti geografici addirittura tumultuosa, è oggi complessivamente in stallo, anzi per dirla meglio e con una metafora ciclistica, è in "surplace". Immobile ma non fermo, incerto tra lo scatto in avanti e la ricerca di un equilibrio più stabile e duraturo, preso nel dubbio di scegliere le strategie che possono portare allo sviluppo o alla recessione. Questi i fatti raccontati dai numeri, ma quel che i numeri non dicono e che in questi anni parlando con i tanti, tantissimi imprenditori che ho avuto il piacere d'incontrare ho quasi sempre riscontrato, è il grado, la voglia e la tenacia che in tanti approfondono nel fare, e spesso si tratta di un fare per il meglio, il loro lavoro.

È questo il dato più importante ed incoraggiante perché quell'entusiasmo e quella tenacia costituiscono il capitale più prezioso del nostro settore ed a mio parere è anche la ragione per la quale l'open air nazionale non è precipitato più a fondo in quella crisi dura e profonda che tra il 2002 ed il 2005 ha coinvolto tutto il settore del turismo su scala internazionale.

Gli anni '90 ed il primo decennio del nuovo secolo hanno visto un nuovo management affacciarsi alla guida delle imprese, oggi quelle persone più mature, più determinate e preparate mi sembrano pronte ad affrontare ed a governare una stagione di crescita che porti il nostro settore in una fase più produttiva e stabile del suo percorso economico e sociale.

Lo strumento che oggi poniamo tra le mani degli imprenditori è essenziale per qualsiasi prospettiva di sviluppo.

La conoscenza, infatti, è l'unica garanzia di accesso ad un successo che in settori come il nostro non è mai facile e casuale. Quindi credo che la Federazione bene opera quando, come in questo caso, si preoccupa di mettere a disposizione di quanti agiscono nel e per il settore uno strumento di analisi e di lettura della realtà.

I dati che troverete in questo rapporto indicano quanto sia urgente prendere coscienza dei nostri limiti e delle nostre possibilità per operare quelle scelte che sono ormai indefettibili per noi tutti ma senza le quali non avremo alcun futuro.

Maurizio Vianello
Presidente FAITA FederCamping

INDICE

I. LA DOMANDA UFFICIALE DI TURISMO ALL'ARIA APERTA

di Maria Stella Minuti

1.	La dimensione nazionale della domanda di turismo all'aria aperta	pag.	5
2.	La dimensione regionale della domanda di turismo all'aria aperta	»	9
3.	La durata del soggiorno nel turismo all'aria aperta	»	16
4.	L'utilizzazione dell'offerta nel turismo all'aria aperta	»	17
5.	La dimensione provinciale della domanda di turismo all'aria aperta	»	17
6.	Il movimento inbound nel turismo all'aria aperta	»	19

II. L'OFFERTA DI CAMPEGGI E VILLAGGI TURISTICI IN ITALIA

di Stefania Berardi

1.	La consistenza delle strutture del turismo all'aria aperta	»	35
2.	La dimensione media delle strutture del turismo all'aria aperta	»	38
3.	Il posizionamento delle strutture del turismo all'aria aperta nell'offerta ricettiva italiana	»	40
4.	Le dinamiche dell'offerta nei campeggi e villaggi turistici	»	43
5.	L'offerta di turismo all'aria aperta nelle province italiane	»	46
6.	Natura giuridica dei campeggi e villaggi turistici	»	50
6.1	<i>I campeggi</i>	»	50
6.2.	<i>I villaggi turistici</i>	»	55

I. LA DOMANDA UFFICIALE DI TURISMO ALL'ARIA APERTA

di Maria Stella Minuti

1. La dimensione nazionale della domanda di turismo all'aria aperta

Sulla base dell'indagine sul movimento dei clienti nelle strutture ricettive condotta dall'Istat, nel 2006 i flussi turistici rilevati ufficialmente nei campeggi e villaggi turistici italiani hanno dato luogo a circa 8 milioni di arrivi e 63 milioni di presenze (tab.1).

Si tratta di dati appena pubblicati dall'Istituto nazionale di statistica e ancora provvisori, ma che confermano il peso rilevante, all'interno del panorama turistico italiano, del turismo all'aria aperta che genera l'8,6% degli arrivi e il 17% delle presenze registrati nel complesso degli esercizi ricettivi italiani e circa la metà di quelli dei soli esercizi complementari.

Gli stessi dati del 2006 mostrano come il movimento nelle strutture ricettive sia cresciuto, in termini sia di arrivi sia di presenze, dell'1,9% rispetto al 2005. Tale crescita è stata però più contenuta di quella verificatasi nel complesso degli esercizi e, singolarmente, nelle altre tipologie ricettive: focalizzando l'attenzione sul solo settore complementare, molto più dinamico è risultato, infatti, il flusso negli alloggi in affitto e soprattutto quello negli agriturismi, che hanno registrato una crescita di ben l'11,3% in termini di arrivi e del 9,8% in termini di presenze. È un dato, quest'ultimo, che evidenzia una certa debolezza del comparto del turismo all'aria aperta rispetto ad una tipologia ricettiva, l'agriturismo, che si pone spesso in concorrenza soprattutto nei confronti di quei segmenti di domanda, sempre più consistenti, spinti alla vacanza da motivazioni di tipo naturalistico - ambientale.

Tab. 1. Arrivi e presenze di clienti negli esercizi ricettivi per tipologia di esercizio - Anni 2005 e 2006

TIPI DI ESERCIZIO	2006*				2005				Var. % 2006/05	
	Arrivi	%	Presenze	%	Arrivi	%	Presenze	%	Arrivi	Pres.
ESERCIZI ALBERGHIERI	76.979.711	81,9	251.946.110	68,1	72.219.104	81,8	240.435.216	67,7	6,6	4,8
ESERCIZI COMPLEMENTARI	16.960.274	18,1	118.211.482	31,9	16.119.460	18,2	114.819.956	32,3	5,2	3,0
Campeggi e villaggi turistici	8.083.614	8,6	62.918.046	17,0	7.933.934	9,0	61.732.055	17,4	1,9	1,9
Alloggi in affitto	4.095.603	4,4	32.713.517	8,8	3.773.932	4,3	31.199.865	8,8	8,5	4,9
Alloggi agro-turistici	1.502.132	1,6	7.198.203	1,9	1.350.111	1,5	6.558.350	1,8	11,3	9,8
Altri esercizi	3.278.925	3,5	15.381.716	4,2	3.061.483	3,5	15.329.686	4,3	7,1	0,3
TOTALE ESERCIZI	93.939.985	100	370.157.592	100	88.338.564	100	355.255.172	100	6,3	4,2

Fonte: Istat - * dati provvisori

L'analisi di più lungo periodo, che prende in considerazione il decennio 1997 – 2006, mostra come quella evidenziata sia una debolezza che caratterizza tutto il periodo (anche se con caratteri più accentuati nella seconda metà) e quindi di carattere più strutturale che congiunturale (tab.2 e graf.1). Il trend delle presenze nel decennio appena trascorso evidenzia, per campeggi e villaggi turistici, un tasso medio annuo di crescita dell'1,2%. È un valore nettamente più basso rispetto a quello registrato mediamente negli altri esercizi complementari (9,8%) ed inferiore anche a quello del comparto alberghiero (2,2%), un comparto che notoriamente, negli ultimi anni, ha mostrato di segnare il passo rispetto a forme di ricettività concorrenti maggiormente dinamiche¹.

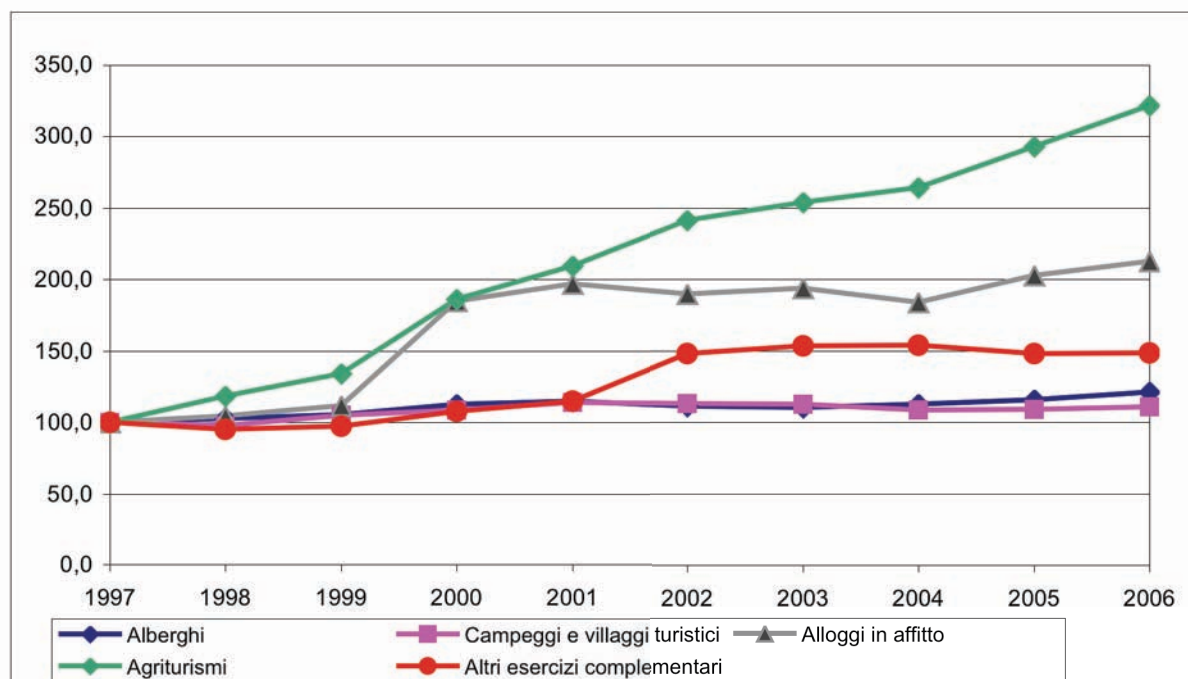
Tab.2. Presenze negli esercizi ricettivi italiani per tipologia (migliaia) - Serie storica 1997 - 2006

Anni	Alberghi		Campeggi e villaggi turistici		Alloggi in affitto		Agriturismi		Altri esercizi complementari	
	V.A.	var %	V.A.	var %	V.A.	var %	V.A.	var %	V.A.	var %
1997	207.600		56.694		15.395		2.237		10.351	
1998	213.370	2,8	55.552	-2,0	16.071	4,4	2.653	18,6	9.862	-4,7
1999	218.473	2,4	59.567	7,2	17.174	6,9	3.002	13,1	10.099	2,4
2000	233.613	6,9	61.478	3,2	28.486	65,9	4.161	38,6	11.147	10,4
2001	238.882	2,3	64.537	5,0	30.317	6,4	4.683	12,5	11.904	6,8
2002	231.132	-3,2	64.155	-0,6	29.235	-3,6	5.394	15,2	15.331	28,8
2003	229.151	-0,9	63.877	-0,4	29.825	2,0	5.683	5,3	15.877	3,6
2004	234.020	2,1	61.438	-3,8	28.314	-5,1	5.916	4,1	15.929	0,3
2005	240.435	2,7	61.732	0,5	31.200	10,2	6.558	10,9	15.330	-3,8
2006*	251.946	4,8	62.918	1,9	32.714	4,9	7.198	9,8	15.382	0,3

Fonte: Istat - * dati provvisori

¹ La crescita esponenziale degli alloggi in affitto registrata nel 2000 deriva da motivazioni di carattere statistico oltre che di reale incremento dei flussi: in quell'anno, infatti, molte regioni hanno affinato i metodi di rilevazione degli alloggi privati, portando alla luce flussi turistici fino ad allora "sommersi".

Graf. 1. Presenze per tipologia di esercizio ricettivo - Numeri indici 1997=100



Fonte: Istat

A questo proposito, sarebbe forse opportuno disaggregare maggiormente i dati per valutare se la relativa minore dinamicità del turismo all'aria aperta sia effettivamente imputabile ad una situazione di perdita di competitività/attrattività del comparto o piuttosto non dipenda, almeno in parte, dalle modalità di aggregazione dei dati statistici relativi ai flussi turistici. Considerare insieme, come fa l'Istat, campeggi e villaggi turistici rischia infatti di inquinare i dati relativi ad una modalità di alloggio tipica del turismo all'aria aperta, il campeggio, con quelli di una forma di ricettività, il villaggio turistico, che per le sue attuali caratteristiche si avvicina sempre di più alla ricettività alberghiera.

Potrebbe fornire dunque migliori elementi di valutazione limitare l'analisi del comparto all'esame dei soli campeggi a cui eventualmente affiancare (ma in questo caso la stima diventa complessa o addirittura impossibile se svolta dal lato dell'offerta) l'utilizzo di forme libere di alloggio all'aria aperta.

Una tale differente aggregazione dei dati è realizzata dall'Ufficio Italiano Cambi nella sua rilevazione alle frontiere e dunque l'analisi dei dati UIC, seppure limitata ai soli flussi turistici di provenienza dall'estero, consente di focalizzare l'attenzione sul comparto del turismo all'area aperta in senso stretto (tenda, carrello, roulotte, motocaravan, camper).

L'esame di dati UIC, su cui torneremo nella parte finale del paragrafo per analizzare l'entità e le caratteristiche della spesa degli stranieri che alloggiano nelle strutture del turismo all'aria aperta, conferma però la tendenziale perdita di quota di mercato del comparto, passata dal 10% nel 2000 al 6,3% nel 2006 (tab.3).

Tab.3. Pernottamenti di turisti stranieri per tipologia di alloggio (%)

Anni	Alberghi e villaggi turistici		Case a titolo			TOTALE
	Case in affitto	Case a titolo gratuito	Aria aperta*	Altro		
2000	20,8	38,6	24,7	10,0	5,9	100
2001	21,6	38,4	25,5	9,1	5,4	100
2002	23,0	34,8	27,0	10,0	5,2	100
2003	23,3	34,3	28,5	9,4	4,5	100
2004	22,3	35,0	29,8	7,9	5,1	100
2005	22,9	33,5	29,5	8,2	6,0	100
2006	21,3	35,4	30,7	6,3	6,3	100

Fonte: UIC

* tenda, carrello, roulotte, motocaravan, camper

L'erosione del mercato estero verificatasi negli ultimi anni è rilevabile anche dai dati Istat (relativi al complesso di campeggi e villaggi turistici) che consentono di confrontare l'andamento della domanda proveniente dall'estero con quello della domanda italiana.

Il precedente rapporto sul turismo all'aria aperta² evidenziava un andamento di lungo periodo caratterizzato, negli anni '60 e nella prima parte degli anni '70, dalla prevalenza di clienti stranieri, veri e propri "pionieri" del turismo *en plein air* in Italia, seguito negli anni '80 da una fase di raggiunta maturità della domanda proveniente dall'estero e dalla nascita di una cultura campeggistica anche tra gli italiani, con conseguenti tassi di crescita della domanda domestica mediamente più elevati di quelli esteri. Gli anni '90 hanno fatto poi registrare una nuova accelerazione del mercato estero che ha trovato la sua massima espressione nel triennio 1994-96, per poi prolungarsi fino alla fine del decennio.

L'analisi dei dati più recenti, aggiornati fino all'ultimo anno disponibile, conferma la crescita assai più sostenuta della domanda proveniente dall'estero per tutto il decennio e fino al 2001, ma evidenzia un'inversione di tendenza a partire dall'anno successivo, con un calo consistente delle presenze di turisti stranieri nei campeggi e villaggi turistici del nostro paese fino al 2004 (tab.4 e graf.2).

Il dato relativo agli italiani indica, invece, una crescita, seppure irregolare, delle presenze fino al 2003, a cui fa seguito una contrazione, consistente nel 2004 e di minore entità nel 2005, e una situazione di sostanziale stabilità nel 2006.

Tab. 4 Arrivi e presenze nei campeggi e villaggi turistici per residenza dei clienti
Serie storica 1990 - 2006

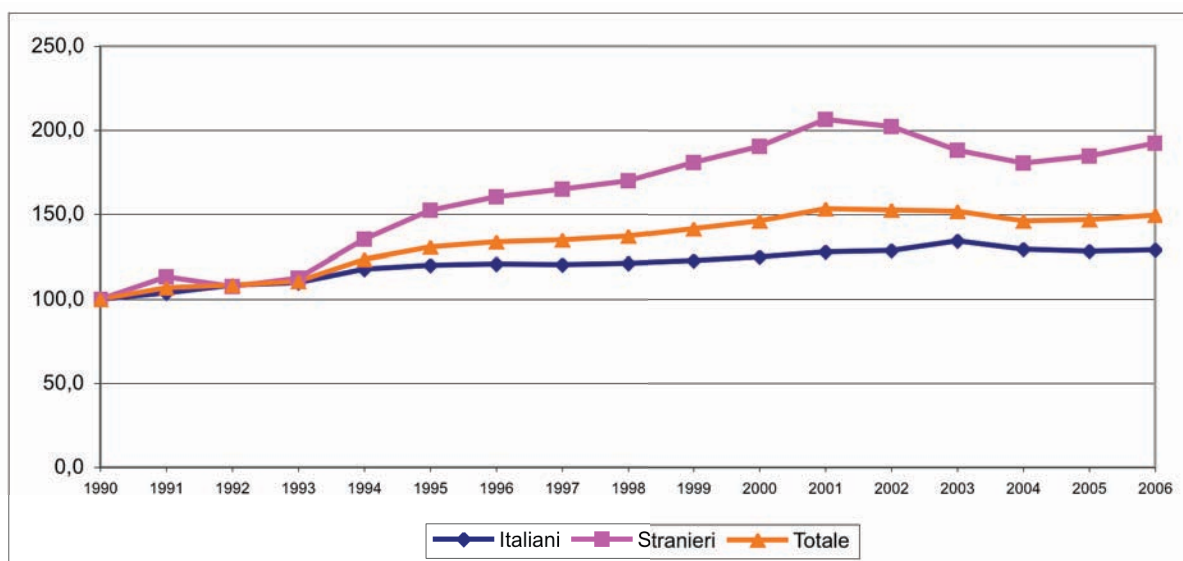
Anni	Italiani				Stranieri			
	Arrivi	Var. %	Presenze	Var. %	Arrivi	Var. %	Presenze	Var. %
1990	3.153.561		28.218.578		2.153.621		13.753.684	
1995	3.699.339	3,3*	33.866.021	3,7*	2.996.444	7,1*	20.950.512	9,1*
2000	3.978.052	1,5*	35.255.192	0,8*	3.756.198	4,6*	26.222.726	4,6*
2001	4.063.160	2,1	36.130.398	2,5	3.955.090	5,3	28.406.950	8,3
2002	3.973.808	-2,2	36.324.636	0,5	3.910.202	-1,1	27.830.215	-2,0
2003	4.439.179	11,7	37.979.948	4,6	3.652.128	-6,6	25.897.520	-6,9
2004	4.174.044	-6,0	36.518.684	-3,8	3.583.792	-1,9	24.844.524	-4,1
2005	4.272.822	2,4	36.293.313	-0,6	3.661.112	2,2	25.438.742	2,4
2006**	4.320.051	1,1	36.454.541	0,4	3.763.563	2,8	26.463.505	4,0

Fonte: Istat

** dati provvisori

* Var. % media annua del periodo

Graf. 2 Presenze di clienti italiani e stranieri nei campeggi e villaggi turistici - Numeri indici 1990=100



Fonte: Istat

² Faiza FederCamping Mercury, "Rapporto sul Turismo all'aria aperta 2002".

Tornando ai flussi di clientela proveniente dall'estero, è forse ancora presto per valutare se quella del triennio 2002-2004 sia da considerarsi una crisi passeggera o una prima avvisaglia di una sopraggiunta difficoltà del comparto sul mercato estero: il dato in ripresa del 2005 e quello ancora provvisorio, ma nettamente positivo, del 2006 farebbero supporre che si sia trattato di una flessione di breve periodo, causata più da motivazioni di carattere congiunturale che strutturale. Ed è anche per meglio indagare su tale aspetto che la parte finale del capitolo sarà dedicata ad un'analisi più approfondita del mercato estero.

L'analisi dei flussi stranieri disaggregati per paese di provenienza (tab. 5) evidenzia il primato assoluto della Germania, seguita con un notevole distacco dai Paesi Bassi: i clienti tedeschi rappresentano infatti più del 40% della domanda estera in termini di presenze, gli olandesi circa il 20%. Con un peso superiore al 5% troviamo poi i turisti provenienti da Svizzera, Austria e Danimarca.

Come si evince dalla tabella 5, la contrazione dei flussi dall'estero dei primi anni 2000, precedentemente evidenziata, è attribuibile essenzialmente al forte calo dei flussi provenienti dalla Germania: tra il 2000 e il 2005 le presenze di turisti tedeschi nei campeggi e villaggi turistici italiani si sono infatti ridotte di circa 2 milioni e 300 mila unità (-18%).

Non è servita a contrastare l'emorragia del mercato tedesco la crescita, peraltro consistente in termini relativi, di olandesi (+32%), danesi (+22%) e britannici (+21,3%).

Per quanto riguarda il 2006, l'andamento in ripresa rilevabile dai dati provvisori forniti dall'Istat è frutto di un recupero generalizzato di tutti i mercati esteri, ad eccezione di Austria, Belgio, Regno Unito e Spagna che registrano invece un calo. Nel caso di questi ultimi due paesi la flessione si pone in controtendenza con quanto avvenuto nel quinquennio precedente. La forte contrazione in termini relativi dei flussi provenienti dagli Stati Uniti (-48,6%) non influisce in maniera sostanziale nella dinamica complessiva del comparto data la scarsa rilevanza di tale mercato all'interno del turismo all'aria aperta.

Tab. 5. Presenze nei campeggi e villaggi turistici per paese di residenza dei clienti

PAESI DI RESIDENZA	2006*		2005		2000		Var% 2006/2005	Var% 2005/2000
	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %		
Germania	11.113.026	42,0	10.580.407	41,6	12.921.925	49,3	5,0	-18,1
Paesi Bassi	5.235.133	19,8	4.776.752	18,8	3.619.010	13,8	9,6	32,0
Svizzera	1.486.704	5,6	1.413.590	5,6	1.301.496	5,0	5,2	8,6
Austria	1.480.886	5,6	1.507.438	5,9	1.663.023	6,3	-1,8	-9,4
Danimarca	1.395.102	5,3	1.371.197	5,4	1.119.501	4,3	1,7	22,5
Francia	1.203.574	4,5	1.184.761	4,7	1.168.971	4,5	1,6	1,4
Regno Unito	963.940	3,6	987.209	3,9	813.972	3,1	-2,4	21,3
Belgio	525.073	2,0	539.556	2,1	550.306	2,1	-2,7	-2,0
Rep. Ceca	428.836	1,6	400.699	1,6	484.429	1,8	7,0	-17,3
Polonia	386.296	1,5	366.160	1,4	556.602	2,1	5,5	-34,2
Ungheria	237.515	0,9	234.118	0,9	230.897	0,9	1,5	1,4
Spagna	181.456	0,7	185.250	0,7	170.129	0,6	-2,0	8,9
Irlanda	169.979	0,6	127.800	0,5	43.527	0,2	33,0	193,6
Svezia	164.208	0,6	180.296	0,7	206.406	0,8	-8,9	-12,6
Slovacchia	140.383	0,5	113.068	0,4	160.292	0,6	24,2	-29,5
Stati Uniti d'America	99.537	0,4	193.793	0,8	175.527	0,7	-48,6	10,4
Norvegia	94.109	0,4	91.268	0,4	88.995	0,3	3,1	2,6
Australia	72.361	0,3	72.220	0,3	118.771	0,5	0,2	-39,2
Slovenia	64.419	0,2	66.269	0,3	75.574	0,3	-2,8	-12,3
Corea del Sud	62.970	0,2	7.091	0,0	2.452	0,0	788,0	189,2
Altri paesi	957.998	3,6	1.039.800	4,1	750.921	2,9	-7,9	38,5
Totale	26.463.505	100,0	25.438.742	100,0	26.222.726	100,0	4,0	-3,0

Fonte: Istat - * dati provvisori

2. La dimensione regionale della domanda di turismo all'aria aperta

Appare opportuno a questo punto tracciare un quadro del turismo all'aria aperta disaggregato a livello territoriale.

L'analisi della distribuzione regionale dei flussi turistici registrati nel 2005 nei campeggi e villaggi turistici (tab.6 e graf.3) mostra come in Veneto si concentri ben il 25% delle presenze; a seguire, con un largo distacco, troviamo Toscana (14%), Emilia Romagna (7,9%) e Campania (7,1%). Queste quattro regioni attraggono quindi da sole più del 50% del mercato interno del turismo all'aria aperta. In termini di ripartizioni geografiche è il Nord Est a detenere il primato (grazie ovviamente alla presenza del Veneto al suo interno), mentre il Nord Ovest è l'area geografica meno frequentata da questa tipologia di turisti.

Tab.6. La domanda di turismo all'aria aperta per regione e ripartizione geografica - Anni 2005 e 2006

REGIONI	2005		2006*		Variazioni %	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Piemonte	299.105	1.571.217	334.906	1.832.087	12,0	16,6
Valle d'Aosta	66.583	335.845	67.120	373.830	0,8	11,3
Lombardia	499.296	3.185.209	490.263	3.040.917	-1,8	-4,5
Trentino-Alto Adige	447.987	2.573.696	464.255	2.624.449	3,6	2,0
Veneto	1.928.979	15.762.205	2.037.809	16.134.833	5,6	2,4
Friuli-Venezia Giulia	191.887	1.838.250	185.145	1.779.845	-3,5	-3,2
Liguria	357.324	2.337.023	363.013	2.359.986	1,6	1,0
Emilia-Romagna	553.788	4.855.526	580.331	5.052.931	4,8	4,1
Toscana	1.252.514	8.651.209	1.301.869	9.348.815	3,9	8,1
Umbria	91.472	586.709	99.288	662.821	8,5	13,0
Marche	254.031	2.915.863	257.948	3.032.136	1,5	4,0
Lazio	293.908	2.018.893	308.166	2.308.147	4,9	14,3
Abruzzo	154.880	1.664.764	163.333	1.841.820	5,5	10,6
Molise	10.199	152.307	9.835	150.278	-3,6	-1,3
Campania	403.161	4.413.533	389.044	4.623.491	-3,5	4,8
Puglia	372.853	3.501.618	292.000	2.610.358	-21,7	-25,5
Basilicata	40.974	535.536	26.184	434.251	-36,1	-18,9
Calabria	123.006	1.365.307	124.106	1.362.480	0,9	-0,2
Sicilia	245.417	1.199.419	246.070	1.154.440	0,3	-3,8
Sardegna	346.570	2.267.926	342.929	2.190.131	-1,1	-3,4
ITALIA	7.933.934	61.732.055	8.083.614	62.918.046	1,9	1,9
NORD EST	3.122.641	25.029.677	3.267.540	25.592.058	4,6	2,2
NORD OVEST	1.222.308	7.429.294	1.255.302	7.606.820	2,7	2,4
CENTRO	1.891.925	14.172.674	1.967.271	15.351.919	4,0	8,3
SUD ED ISOLE	1.697.060	15.100.410	1.593.501	14.367.249	-6,1	-4,9

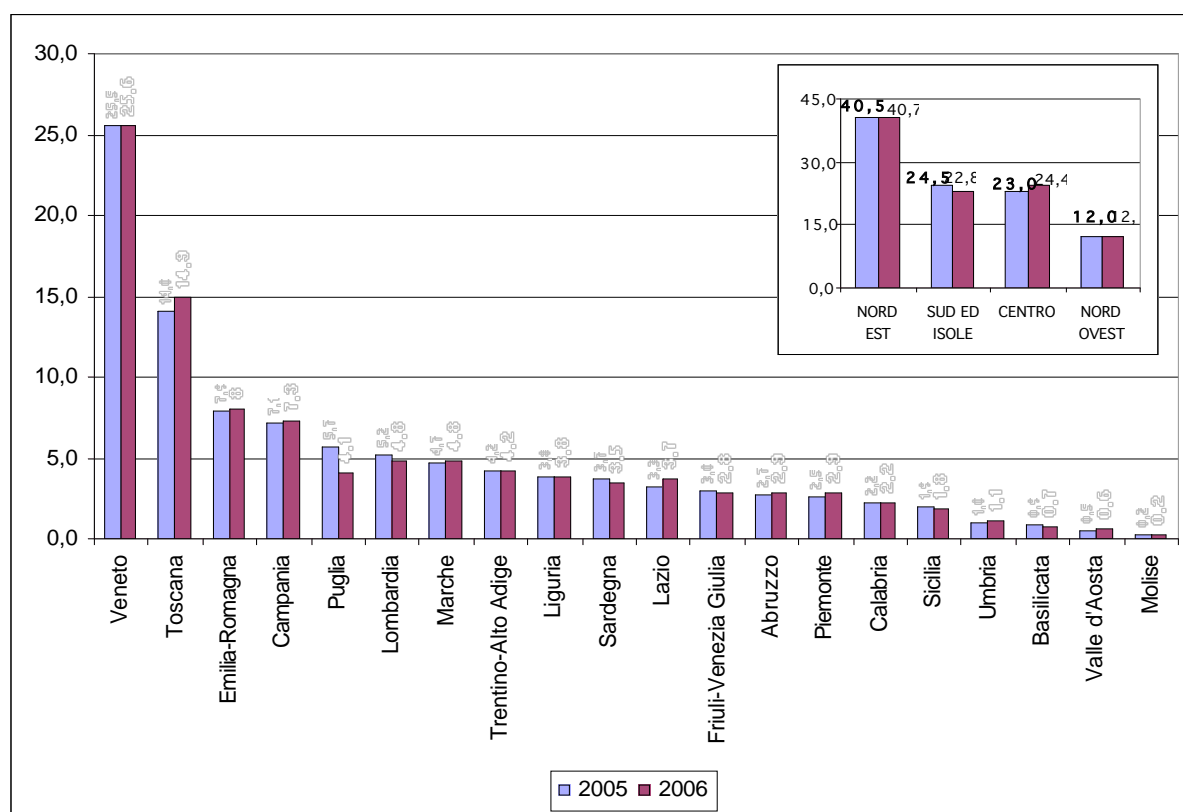
* dati provvisori - Fonte: Istat

I dati provvisori, relativi al 2006, confermano questo ordine di distribuzione dei flussi tra le regioni ed evidenziano una crescita generalizzata del movimento regionale turistico all'aria aperta: uniche eccezioni degne di nota sono rappresentate dalla Puglia, che registra un calo di presenze nei campeggi e villaggi turistici del 25,5% e, conseguentemente, vede ridursi la propria quota di mercato dal 5,7% al 4,1%, e dalla Basilicata, con un calo di presenze del 18,9%.

Di conseguenza, a livello di macroarea, è il Mezzogiorno a registrare un calo di presenze (-4,9%) e una riduzione del suo peso a livello nazionale (da 24,5% a 22,8%).

Graf. 3. Distribuzione territoriale delle presenze nei campeggi e villaggi turistici (%)

Anni 2005 e 2006



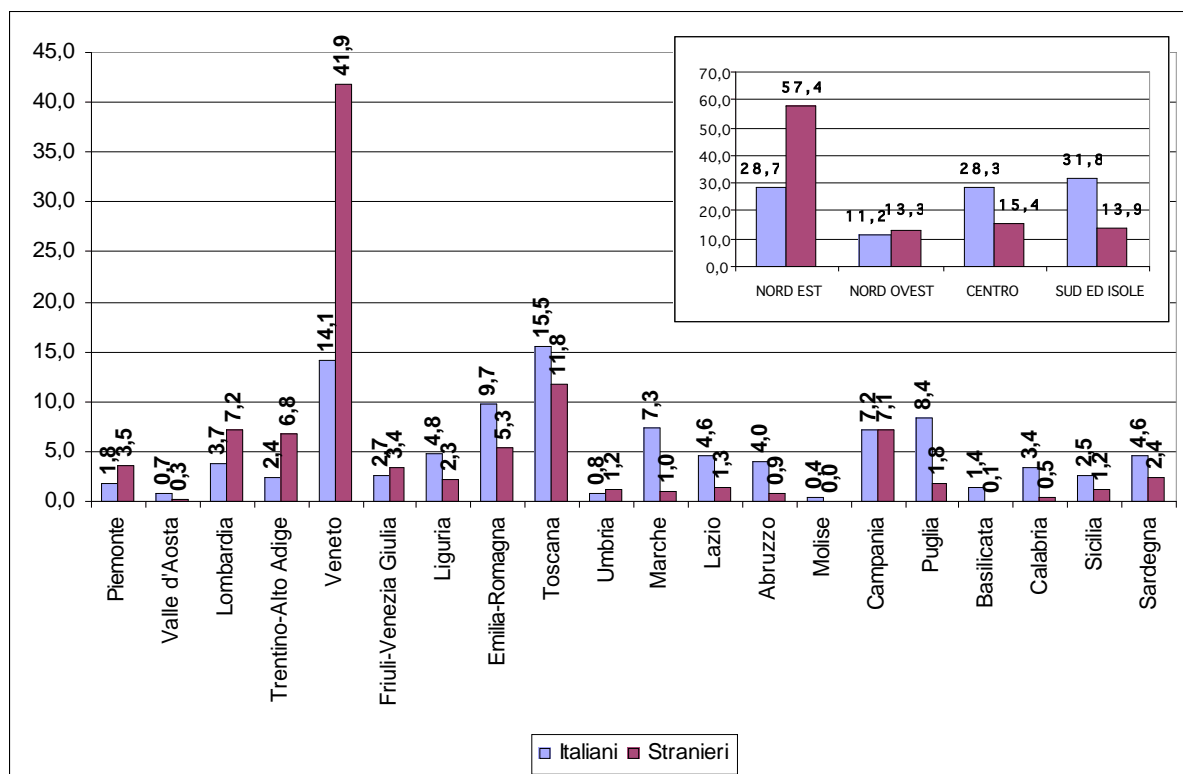
Fonte: Istat

Per quanto riguarda la ripartizione regionale della domanda di turismo all'aria aperta analizzata tenendo conto della nazionalità dei turisti³, emergono immediatamente delle differenze sostanziali tra le destinazioni preferite dai clienti italiani rispetto a quelle predilette dagli stranieri. In entrambi i casi le regioni che detengono le maggiori quote di mercato sono Veneto e Toscana, ma mentre i turisti stranieri affollano letteralmente i campeggi e villaggi turistici del Veneto (verso cui si dirige ben il 41,9% del flusso straniero in termini di presenze), gli italiani sembrano preferire, seppure di breve misura, i campeggi e villaggi turistici della Toscana, che raccoglie il 15,5% delle presenze totali di clienti italiani contro il 14,1% del Veneto.

In generale si osserva poi che i turisti stranieri scelgono prevalentemente le strutture ricettive all'aria aperta localizzate nel Nord del Paese (con larga prevalenze delle regioni del Nord Est, data la presenza in quest'area del Veneto) facendo registrare, nel comparto del turismo all'aria aperta, le stesse tendenze rilevabili con riferimento al movimento nel complesso delle strutture ricettive. Le sole eccezioni sono rappresentate dalla Toscana, di cui già si è detto, e dalla Campania, unica regione del Mezzogiorno ad attirare una quota significativa di presenze straniere (7,1%) grazie all'attrattiva turistica che il golfo di Napoli e la Costiera Amalfitana esercitano da sempre sulla clientela proveniente dall'estero, anche quella che sceglie forme di alloggio all'aria aperta. La clientela italiana, invece, oltre che a distribuirsi in maniera più uniforme fra le regioni, tende a concentrarsi in quelle del Centro e del Mezzogiorno prediligendo, oltre alla Toscana, Emilia Romagna (9,7%) e Marche (7,3%) al Centro, e Puglia (8,4) e Campania (7,2%) al Sud.

³ Per questa analisi e per tutte quelle successive vengono utilizzati i dati 2005 e non quelli provvisori 2006 perché questi ultimi non posseggono il livello di disaggregazione richiesto.

Graf. 4. Distribuzione territoriale delle presenze di clienti italiani e stranieri nei campeggi e villaggi turistici (%) - Anno 2005



Fonte: Istat

Riprendendo l'analisi di medio e lungo periodo condotta nel precedente rapporto e aggiornandola al 2005, emergono, relativamente all'ultimo quinquennio, alcuni cambiamenti nel trend delle principali grandezze del turismo all'aria aperta su cui è opportuno soffermare l'attenzione. I dati relativi agli anni '90 avevano consentito di evidenziare le seguenti tendenze di medio e lungo periodo⁴:

- crescita complessiva del settore (presenze: medio periodo +12,2%; lungo +46,5%);
- esplosione della componente straniera (presenze: medio periodo +15,5%; lungo +90,7%);
- performance elevate del Mezzogiorno d'Italia, specialmente per quanto riguarda la componente estera (presenze: medio periodo +22,9%; lungo +40%);
- forte crescita, nel lungo periodo, della domanda straniera nel Nord-Est (117,9%, la più elevata rispetto alle altre macro aree del Paese).

Per quanto riguarda i primi due punti, è stata già precedentemente evidenziata la scarsa dinamicità del comparto all'aria aperta nell'ultimo periodo (confermata dai dati della tabella 6 che mostra un tasso di crescita delle presenze, nel quinquennio 2000-2005, di solo lo 0,4%) e il calo dei flussi provenienti dall'estero, con una netta inversione di tendenza rispetto al decennio precedente. L'analisi territoriale disaggregata (tab. 7) consente di individuare a quali aree del Paese e a quali regioni è maggiormente da imputare questa recente situazione di relativa debolezza del settore.

⁴ Faita FederCamping Mercury, "Rapporto sul Turismo all'aria aperta 2002", pag. 35. Per le tendenze di medio periodo è stato preso in considerazione il quinquennio 1995-2000, per quelle di lungo periodo il decennio 1990-2000.

Tab. 7. Tasso di crescita dei flussi turistici nei campeggi e villaggi turistici - Var% 2005/2000

REGIONI	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Piemonte	2,2	8,2	4,1	19,9	3,2	14,6
Valle d'Aosta	-6,0	-17,8	7,4	-24,6	-2,5	-19,3
Lombardia	1,5	-7,9	2,2	-0,3	1,9	-3,7
Trentino-Alto Adige	12,8	4,2	4,9	11,6	7,5	9,0
Veneto	17,2	9,7	3,7	0,0	7,3	2,9
Friuli-Venezia Giulia	16,3	14,1	-9,2	-10,4	-0,2	1,0
Liguria	-2,6	-7,6	-9,4	-5,2	-4,9	-7,0
Emilia-Romagna	15,7	6,0	-12,5	-10,5	4,5	0,8
Toscana	12,0	9,6	-18,8	-9,4	-3,1	2,2
Umbria	-7,5	-3,4	-21,1	-17,1	-15,9	-11,0
Marche	23,3	13,8	-0,2	0,8	19,5	12,5
Lazio	-21,6	-16,3	41,4	21,0	-8,5	-11,8
Abruzzo	19,7	8,5	-2,5	-1,6	14,9	7,0
Molise	-14,2	11,0	-35,3	21,3	-15,2	11,2
Campania	-0,2	-10,4	-7,2	-15,5	-3,5	-12,5
Puglia	23,0	18,8	-16,7	-20,1	15,4	11,6
Basilicata	35,2	79,9	-68,8	-67,6	1,4	48,3
Calabria	-12,8	-11,4	-0,3	0,3	-11,7	-10,5
Sicilia	8,6	-6,5	4,6	1,5	7,5	-4,7
Sardegna	-5,5	-14,6	15,7	4,4	0,9	-10,3
ITALIA	7,4	2,9	-2,5	-3,0	2,6	0,4
NORD EST	16,0	8,3	1,3	-0,6	6,4	2,9
NORD OVEST	-0,4	-6,2	0,2	2,7	-0,1	-2,4
CENTRO	5,5	4,9	-13,2	-7,4	-2,2	1,2
SUD ED ISOLE	6,3	0,2	-3,2	-11,8	3,5	-2,9

Fonte: Istat

Le macroregioni in cui il turismo all'aria aperta sembra aver maggiormente segnato il passo sono il Sud e le Isole e il Nord Ovest che registrano, nel quinquennio 2000-2005, un calo delle presenze rispettivamente del 2,9% e del 2,4%.

Vi è però una sostanziale differenza tra gli andamenti rilevabili nelle due macroregioni: mentre nel Mezzogiorno il calo delle presenze è attribuibile essenzialmente, ad una forte contrazione dei flussi provenienti dall'estero (-11,8%), evidenziando un'ulteriore inversione rispetto ai trend del periodo precedente, il calo del Nord Ovest è imputabile essenzialmente alla flessione della componente italiana (-6,2%).

All'interno delle due macroaree gli andamenti delle singole regioni sono comunque abbastanza diversificati.

Nel Mezzogiorno, ad esempio, le Isole si distaccano rispetto al resto dell'area non tanto in termini di andamento del movimento, in calo come nel resto dell'area, quanto per il fatto che in Sicilia e Sardegna tale calo è imputabile essenzialmente alla clientela italiana e non a quella straniera che, anzi, nel quinquennio ha registrato una crescita, in controtendenza con quanto avvenuto nelle regioni meridionali continentali.

Nel Mezzogiorno, oltre a Sicilia e Sardegna, le regioni che hanno registrato una contrazione delle presenze nei campeggi e villaggi turistici sono Campania e Calabria. L'entità considerevole di tale contrazione, superiore al 10%, accompagnata dal peso rilevante che, per la loro dimensione, queste regioni detengono all'interno del Mezzogiorno ha vanificato, nell'economia globale dell'area, la crescita della Puglia (+11,6%) e quella, peraltro sostenuta, delle regioni minori: Basilicata (+48,3%), Molise (+11,2%) e Abruzzo (+7%). È inoltre interessante sottolineare come, anche nelle regioni meridionali in cui si è registrato un incremento dei flussi, questo incremento sia attribuibile essenzialmente alla forte crescita della componente italiana che è riuscita a compensare il decremento di quella estera: è il caso della Puglia, che a fronte di un calo del 20,1% delle presenze straniere ha registrato un incremento del 18,8% di quelle italiane, dell'Abruzzo (-1,6% di presenze straniere e +8,5% di presenze italiane) e della Basilicata (-67,6% di presenze straniere, +79,9% di presenze italiane).

Per quanto riguarda il Nord Ovest, altra area del Paese che ha subito una riduzione del movimento turistico all'aria aperta, il calo è stato generalizzato in tutte le regioni, tranne che in Piemonte dove si è invece registrato un incremento delle presenze sia di turisti Italiani (+8,2%) che, soprattutto, stranieri (+19,9%). Il forte incremento dei flussi provenienti dall'estero nei campeggi e villaggi turistici del Piemonte, ha pesato in maniera determinante all'interno dell'area, neutralizzando il calo del mercato estero verificatosi nelle altre regioni.

Prendendo infine in considerazione le altre due ripartizioni territoriali, la sostanziale tenuta del Centro e la crescita, seppure a ritmi assai più contenuti rispetto al decennio precedente, del Nord Est sono imputabili al maggiore dinamismo del mercato domestico, che è riuscito a compensare gli effetti della riduzione della domanda proveniente dall'estero.

Le uniche eccezioni a questi andamenti sono rilevabili nel Lazio, al Centro, e in Trentino Alto Adige, nel Nord Est: in entrambe queste regioni, infatti, il mercato estero è cresciuto nel quinquennio a ritmi sostenuti, ma mentre in Trentino Alto Adige alla crescita della componente estera (+ 11,6%) si è affiancata anche quella della componente italiana (+ 4,2%), nel Lazio l'espansione dei flussi provenienti dall'estero (+ 21%) non è riuscita a compensare le perdite, seppure inferiori in termini relativi, registrate nel mercato domestico (-16,3%) per il maggior peso che questo detiene all'interno della regione.

Gli andamenti registrati dal comparto del turismo all'aria aperta nel quinquennio 2000-2005, di cui sono state messe in evidenza le principali caratteristiche, hanno portato ad una ridefinizione sia del ruolo del mercato estero nel settore, sia del peso che il turismo *en plein air* detiene all'interno dell'intera offerta ricettiva e della sola offerta complementare.

Nonostante il mercato estero continui a rappresentare un bacino di tutto rispetto per le strutture del turismo all'aria aperta, con percentuali superiori al 40%, la scarsa dinamicità dei flussi provenienti dall'estero, precedentemente evidenziata, ha avuto come conseguenza la riduzione del suo peso all'interno del comparto. Dal 2000 al 2005 le quote di arrivi e presenze straniere sul totale dei flussi registrati nei campeggi e villaggi turistici dell'Italia sono dunque diminuite: la quota degli arrivi stranieri è passata dal 48,6% a 46,1%, quella delle presenze dal 42,7% al 41,2%.

Va comunque aggiunto che la ripresa dei flussi inbound, evidenziata dai dati provvisori del 2006, se confermata negli stessi termini, farebbe di nuovo riacquistare peso al mercato estero riposizionandolo su valori più elevati (arrivi: 46,6% e presenze: 42,1%).

Passando a considerare il dato disaggregato a livello territoriale, per il quale non è disponibile l'aggiornamento al 2006, si osserva come la contrazione della clientela straniera nel periodo 2000-2005 abbia riguardato tutte le aree del Paese ad eccezione del Nord Ovest, grazie alla già evidenziata forte crescita di presenze straniere registrata nei campeggi e villaggi turistici del Piemonte e alla sostanziale tenuta del flusso straniero nelle strutture all'aria aperta della Lombardia.

Tutte le regioni del Nord Est e del Centro hanno visto ridursi le quote di clientela straniera ad eccezione di Trentino Alto Adige e Lazio; quest'ultima, avendo registrato un incremento di 4,6 punti percentuali, è la regione in cui il peso del mercato estero è più cresciuto.

Nel Mezzogiorno va distinto il caso delle due Isole maggiori che, in controtendenza con il resto dell'area, registrano un peso crescente del mercato estero, più consistente in Sardegna. Questi cambiamenti nel peso del mercato estero non hanno comunque modificato il quadro generale del comparto che vede il peso preponderante della componente estera nel Nord del Paese, con quote che in molti casi superano, in termini di presenze, il 50% (Trentino Alto Adige, Veneto, Piemonte e Lombardia) e valori molto più ridotti al Centro e al Sud.

Tab. 8. Incidenza negli arrivi e nelle presenze della componente italiana e straniera.

Anni 2005 e 2000 a confronto

REGIONI	2005				2000			
	Arrivi		Presenze		Arrivi		Presenze	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Piemonte	49,5	50,5	42,6	57,4	49,9	50,1	45,1	54,9
Valle d'Aosta	71,0	29,0	79,0	21,0	73,7	26,3	77,5	22,5
Lombardia	47,8	52,2	42,7	57,3	48,0	52,0	44,6	55,4
Trentino-Alto Adige	34,4	65,6	33,2	66,8	32,8	67,2	34,7	65,3
Veneto	29,4	70,6	32,4	67,6	26,9	73,1	30,4	69,6
Friuli-Venezia Giulia	41,2	58,8	52,4	47,6	35,4	64,6	46,3	53,7
Liguria	68,4	31,6	75,2	24,8	66,8	33,2	75,7	24,3
Emilia-Romagna	66,9	33,1	72,3	27,7	60,4	39,6	68,7	31,3
Toscana	58,9	41,1	65,2	34,8	51,0	49,0	60,7	39,3
Umbria	41,7	58,3	48,3	51,7	37,9	62,1	44,5	55,5
Marche	86,6	13,4	91,0	9,0	83,9	16,1	90,0	10,0
Lazio	67,9	32,1	83,1	16,9	79,2	20,8	87,7	12,3
Abruzzo	81,8	18,2	86,6	13,4	78,5	21,5	85,4	14,6
Molise	96,2	3,8	97,0	3,0	95,0	5,0	97,2	2,8
Campania	54,5	45,5	59,0	41,0	52,7	47,3	57,6	42,4
Puglia	86,2	13,8	86,7	13,3	80,9	19,1	81,4	18,6
Basilicata	90,0	10,0	95,3	4,7	67,5	32,5	78,6	21,4
Calabria	89,5	10,5	91,6	8,4	90,7	9,3	92,5	7,5
Sicilia	72,3	27,7	75,5	24,5	71,5	28,5	76,9	23,1
Sardegna	65,2	34,8	73,2	26,8	69,6	30,4	76,9	23,1
ITALIA	53,9	46,1	58,8	41,2	51,4	48,6	57,3	42,7
NORD EST	37,5	62,5	41,7	58,3	34,4	65,6	39,6	60,4
NORD OVEST	55,5	44,5	54,5	45,5	55,6	44,4	56,8	43,2
CENTRO	63,2	36,8	72,3	27,7	58,6	41,4	69,8	30,2
SUD ED ISOLE	72,4	27,6	76,5	23,5	70,5	29,5	74,2	25,8

Fonte: Istat

Per quanto riguarda il peso che il flusso turistico registrato nei campeggi e villaggi turistici riveste all'interno del sistema ricettivo italiano, i dati del 2005 confermano, come è già stato evidenziato, una dimensione di notevole rilevanza, specialmente in alcune aree del Mezzogiorno e del Nord Est. Ci sono regioni come Puglia, Veneto e Basilicata in cui le presenze nei campeggi e villaggi turistici arrivano a rappresentare circa il 30% delle presenze registrate nel complesso degli esercizi ricettivi e molte altre in cui tale percentuale si attesta comunque al di sopra del 20%: Abruzzo, Marche, Campania, Toscana, Sardegna e Friuli Venezia Giulia.

Se poi si considera l'incidenza del movimento turistico nei campeggi e villaggi turistici sul solo settore extralberghiero, la dimensione del turismo all'aria aperta diventa ancora più consistente, soprattutto al Sud, e addirittura quasi totalitaria in alcune regioni di quest'area: Calabria, Basilicata, Campania, Abruzzo e Sardegna.

Come è già stato fatto notare⁵, le principali ragioni di questo ruolo predominante del turismo all'aria aperta sul sistema ricettivo complementare derivano in parte dalla dimensione dei campeggi e villaggi turistici, ben più elevata di quella delle altre forme di ricettività complementare, e in parte dal fatto che i dati ufficiali relativi agli altri esercizi complementari, *in primis* quelli delle abitazioni private, sono generalmente sottostimati a causa della forte incidenza del fenomeno del sommerso. Se si riportasse alla luce tutto il sommerso della ricettività complementare, il peso dei campeggi e villaggi turistici, pur mantenendosi su posizioni di tutto rispetto, verrebbe presumibilmente notevolmente ridimensionato⁶.

⁵ Fanta FederCamping Mercury, "Rapporto sul Turismo all'aria aperta 2002".

⁶ Secondo una stima riportata nell'ultimo Rapporto sul Turismo Italiano, che include le seconde case utilizzate a titolo gratuito o date in affitto, le presenze reali in Italia ammonterebbero nel 2005 a 874,942 milioni, sarebbero cioè 2,5 volte più elevate di quelle ufficiali. Queste stime fanno scendere il peso del movimento registrato nei campeggi e villaggi turistici al 7,1% della domanda complessiva e al 9,7% della domanda extralberghiera.

Tab. 9. Incidenza del movimento turistico nei campeggi e villaggi turistici sulla domanda complessiva e sulla domanda extralberghiera - Anni 2005 e 2000 a confronto

REGIONI	% su domanda complessiva				% su domanda extralberghiera			
	2005		2000		2005		2000	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Piemonte	9,1	15,4	11,4	16,9	53,3	48,9	65,4	54,6
Valle d'Aosta	7,8	10,5	8,8	13,0	29,5	40,9	39,9	52,9
Lombardia	5,1	12,0	6,8	14,5	67,3	60,8	71,6	67,9
Trentino-Alto Adige	5,8	6,3	6,2	6,4	32,3	30,3	35,0	30,8
Veneto	15,4	27,8	15,6	27,9	53,0	53,3	57,5	53,8
Friuli-Venezia Giulia	11,0	21,9	11,2	19,8	33,2	36,6	34,6	33,0
Liguria	10,4	16,9	10,7	16,3	59,0	59,7	72,7	67,6
Emilia-Romagna	6,9	13,4	7,1	13,2	60,1	65,9	73,6	76,1
Toscana	12,0	22,7	12,9	22,7	45,5	50,7	55,0	55,9
Umbria	4,5	10,1	5,6	11,9	16,9	22,3	28,1	32,2
Marche	12,3	23,3	10,7	20,9	44,2	42,5	43,1	40,3
Lazio	3,0	6,4	3,3	7,7	27,6	38,3	55,2	72,2
Abruzzo	10,3	23,9	10,7	24,8	73,3	83,6	82,5	87,9
Molise	5,2	20,4	6,5	21,4	44,1	65,3	61,0	63,3
Campania	9,1	23,1	9,2	24,4	69,2	84,4	77,3	86,7
Puglia	15,0	32,3	17,6	36,3	66,5	74,5	77,7	81,1
Basilicata	8,8	27,4	11,4	24,7	57,6	85,5	80,2	88,0
Calabria	8,6	17,4	12,9	24,3	77,7	85,9	91,3	89,5
Sicilia	5,7	8,7	5,8	9,4	47,7	53,3	71,0	70,4
Sardegna	18,3	22,2	19,9	26,7	86,4	82,9	88,1	83,0
ITALIA	9,0	17,4	9,7	18,1	49,2	53,8	58,3	58,4
NORD EST	10,4	17,6	10,7	17,7	47,9	49,6	52,5	50,7
NORD OVEST	7,1	13,8	8,7	15,3	57,3	56,3	67,4	64,0
CENTRO	7,8	16,1	8,2	16,5	38,3	44,5	50,8	52,2
SUD ED ISOLE	10,1	21,2	11,0	23,2	67,3	78,0	79,8	83,5

Fonte: Istat

Il quadro che emerge dall'analisi dei dati del 2005 è dunque indicativo del ruolo comunque rilevante del comparto del turismo all'aria aperta, ma se si effettua un confronto con la situazione registrata nel 2000, si nota come le dinamiche del quinquennio abbiano contribuito, anche in questo caso, all'erosione delle quote di turisti che preferiscono soggiornare nei campeggi e villaggi turistici, riducendone il peso all'interno del sistema ricettivo.

I dati provvisori del 2006, disponibili solo a livello aggregato, indicano un'ulteriore perdita di peso del comparto all'interno dell'offerta ricettiva, sia di quella complessiva (scendendo a 8,6% per gli arrivi e al 17% per le presenze) sia della sola offerta complementare (47,6% e 53,2%).

La "perdita" relativa di clienti registrata nei campeggi e villaggi turistici rispetto a tutte le altre forme di ricettività è stata più evidente nel Mezzogiorno.

Se si restringe l'analisi al solo settore complementare, la quota di mercato detenuta dal turismo *plein air* ha subito i cali più vistosi nel Nord Ovest e al Centro, dove solo nel Lazio le strutture ricettive all'aria aperta hanno visto ridursi la propria quota di mercato all'interno dell'extralberghiero dal 72,2% al 38,3%.

3. La durata del soggiorno nel turismo all'aria aperta

L'analisi dei dati relativi alla permanenze media nei campeggi e villaggi turistici non evidenzia variazioni di rilievo rispetto a quanto emerso nelle precedenti analisi del comparto del turismo all'aria aperta.

Tab. 10. Permanenza media dei turisti italiani e stranieri nei campeggi e villaggi turistici.

Anni 2005 e 2000 a confronto

REGIONI	2005			2000		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Piemonte	4,5	6,0	5,3	4,3	5,2	4,7
Valle d'Aosta	5,6	3,7	5,0	6,4	5,2	6,1
Lombardia	5,7	7,0	6,4	6,3	7,2	6,8
Trentino-Alto Adige	5,5	5,9	5,7	6,0	5,5	5,7
Veneto	9,0	7,8	8,2	9,6	8,1	8,5
Friuli-Venezia Giulia	12,2	7,8	9,6	12,4	7,9	9,5
Liguria	7,2	5,1	6,5	7,6	4,9	6,7
Emilia-Romagna	9,5	7,4	8,8	10,3	7,2	9,1
Toscana	7,6	5,9	6,9	7,8	5,3	6,6
Umbria	7,4	5,7	6,4	7,1	5,4	6,1
Marche	12,1	7,7	11,5	13,1	7,6	12,2
Lazio	8,4	3,6	6,9	7,9	4,2	7,1
Abruzzo	11,4	7,9	10,7	12,6	7,8	11,5
Molise	15,1	11,9	14,9	11,6	6,3	11,4
Campania	11,9	9,9	10,9	13,2	10,8	12,1
Puglia	9,4	9,0	9,4	9,8	9,4	9,7
Basilicata	13,8	6,1	13,1	10,4	5,9	8,9
Calabria	11,4	8,9	11,1	11,2	8,9	11,0
Sicilia	5,1	4,3	4,9	5,9	4,5	5,5
Sardegna	7,3	5,0	6,5	8,1	5,6	7,4
ITALIA	8,5	6,9	7,8	8,9	7,0	7,9
NORD EST	8,9	7,5	8,0	9,5	7,6	8,3
NORD OVEST	6,0	6,2	6,1	6,3	6,1	6,2
CENTRO	8,6	5,6	7,5	8,6	5,3	7,2
SUD ED ISOLE	9,4	7,6	8,9	10,0	8,3	9,5

Fonte: Istat

I turisti che soggiornano nei campeggi e villaggi turistici vi pernottano mediamente 8 giorni: il dato del 2005 (7,8), confermato da quello provvisorio del 2006, è rimasto sostanzialmente uguale a quello rilevato nel 2000 (7,9), stabile ormai intorno a questo valore dall'inizio degli anni '90.

Questo valore, pari al doppio del dato medio generale (4 giorni), evidenzia la tendenza dei turisti all'aria aperta a trattenersi per più giorni nelle località visitate rispetto ai turisti che scelgono altre forme di alloggio. Infatti, se confrontata con la permanenza media registrata nelle altre tipologie di strutture ricettive, quella rilevata nei campeggi e villaggi turistici è più elevata di quella degli alberghi (3,3 giorni) e degli agriturismi (4,9 giorni). È invece sostanzialmente in linea con la permanenza media che si registra negli alloggi in affitto (8,3).

Analizzando separatamente i dati in base alla nazionalità dei turisti, si può notare che i clienti italiani pernottano mediamente più a lungo (8,5 giorni) nei campeggi e villaggi turistici rispetto a quelli stranieri (6,9 giorni). Anche in questo caso, dopo l'incremento della durata del soggiorno dei turisti stranieri verificatosi all'inizio degli anni '90, da un decennio a questa parte la permanenza media di italiani e stranieri è rimasta sostanzialmente stabile.

Per quanto riguarda invece l'analisi a livello territoriale disaggregato, la macroarea in cui i turisti soggiornano più a lungo nei campeggi e villaggi turistici è il Mezzogiorno (8,9 giorni): se si escludono le Isole, tutte le regioni meridionali registrano una permanenza media superiore ai 10 giorni.

Seguono poi il Nord Est (8 giorni), il Centro (7,5 giorni) con le Marche che fanno la parte del leone con una durata del soggiorno di 11,5 giorni e, infine il Nord Ovest (6,1 giorni) in cui troviamo la regione con la più bassa permanenza media del Paese: la Valle d'Aosta, nelle cui strutture all'aria aperta la durata del soggiorno si limita a 5 giorni.

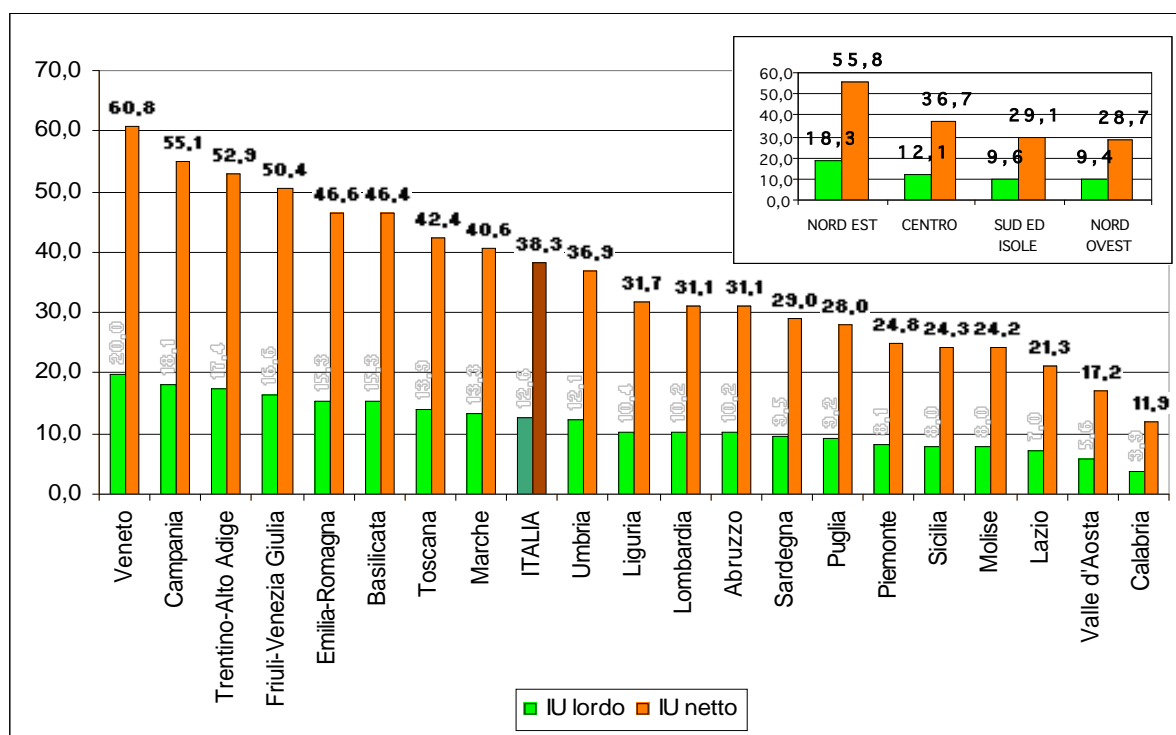
Il confronto con i dati del 2000 evidenzia solo una leggera contrazione della durata del soggiorno al Sud che passa da 9,5 a 8,9 giorni.

4. L'utilizzazione dell'offerta nel turismo all'aria aperta

Per quanto riguarda l'utilizzo dell'offerta turistica ricettiva all'aria aperta, l'analisi dei dati evidenzia un valore medio nazionale pari a 12,6 per quanto riguarda l'utilizzazione lorda⁷ e a 38,3 per quanto riguarda l'utilizzazione netta⁸, sostanzialmente in linea con la situazione riscontrata nel 2000. Il dato nazionale è la risultante di situazioni molto diverse a livello locale: il Veneto, con un indice di utilizzazione lordo pari a 20 e netto pari a 60,8, risulta essere la regione in cui le strutture ricettive all'aria aperta trovano maggiore utilizzo da parte dei turisti. Seguono la Campania (18,1 e 55,1), il Trentino Alto Adige (17,4 e 52,9), il Friuli Venezia Giulia (16,6 e 50,4) e l'Emilia Romagna (15,3 e 46,6). Ai primi posti si posizionano dunque tutte le regioni del Nord Est, portando la macroarea a superare di gran lunga tutte le altre.

Agli ultimi posti della graduatoria si situano Calabria (3,9 e 11,9) e Valle d'Aosta (5,6 e 17,2)

Graf. 5 Indici di utilizzazione lorda e netta nei campeggi e villaggi turistici per regione e ripartizione geografica - Anno 2005



Fonte: Istat

5. La dimensione provinciale della domanda di turismo all'aria aperta

A livello provinciale è il territorio di Venezia, con circa 9 milioni e mezzo di presenze, a registrare la quota più rilevante di flussi turistici nei campeggi e villaggi turistici (15,4%). Seguono Verona (4 milioni e 673 mila presenze), Salerno (3 milioni e 694 mila) e Livorno (3 milioni e 65 mila). Nelle due province venete prevale nettamente la componente estera (in entrambi i casi superiore al 70%), mentre a Salerno e Livorno è la clientela italiana ad essere maggioritaria.

Dall'analisi dei dati disaggregati emerge immediatamente che, in linea con la situazione dell'offerta che vede la maggior parte dei campeggi e villaggi turistici localizzati in poche province, anche la domanda di turismo all'aria aperta si presenta fortemente concentrata sul territorio. Circa il 72% delle presenze registrate nei campeggi e villaggi turistici italiani nel 2005 è stato registrato in sole 20 province.

⁷ L'indice di utilizzazione lorda è calcolato nel seguente modo: presenze / (posti letto x 365) x 100.

⁸ L'indice di utilizzazione netta è calcolato nel seguente modo: presenze / (posti letto x 120) x 100 considerando un'apertura dei campeggi per quattro mesi all'anno.

Va inoltre sottolineato come solo cinque di queste siano localizzate al Sud: oltre Salerno, che come abbiamo visto occupa la terza posizione in questa graduatoria, troviamo Foggia al settimo posto, Teramo e Pescara al tredicesimo e Sassari al quattordicesimo.

Tab. 11. Presenze nei campeggi e villaggi turistici italiani per provincia e nazionalità - Anno 2005

PROVINCE	Presenze	%Italiani	%Stranieri	Peso% sul totale
Venezia	9.492.686	27,7	72,3	15,4
Verona	4.673.171	26,8	73,2	7,6
Salerno	3.694.420	62,8	37,2	6,0
Livorno	3.064.623	62,6	37,4	5,0
Grosseto	2.739.886	79,0	21,0	4,4
Brescia	2.291.135	38,8	61,2	3,7
Foggia	2.151.584	81,2	18,8	3,5
Trento	1.519.259	39,1	60,9	2,5
Ferrara	1.460.874	49,4	50,6	2,4
Latina	1.393.829	94,1	5,9	2,3
Ascoli Piceno	1.370.992	94,1	5,9	2,2
Ravenna	1.355.423	86,6	13,4	2,2
Teramo e Pescara(*)	1.303.973	84,3	15,7	2,1
Sassari	1.182.651	69,0	31,0	1,9
Forlì-Cesena	1.118.406	83,3	16,7	1,8
Bolzano-Bozen	1.054.437	24,7	75,3	1,7
Savona	1.037.264	79,8	20,2	1,7
Gorizia	917.462	57,1	42,9	1,5
Verbano-Cusio-Ossola	879.626	13,6	86,4	1,4
Rovigo	768.349	68,2	31,8	1,2
Pordenone e Udine(*)	750.046	46,6	53,4	1,2
Belluno	730.522	87,6	12,4	1,2
Lucca	724.532	85,9	14,1	1,2
Firenze	719.134	15,1	84,9	1,2
Cosenza	700.019	90,5	9,5	1,1
Lecce	646.930	94,3	5,7	1,0
Massa-Carrara	642.342	89,3	10,7	1,0
Ancona	597.439	90,4	9,6	1,0
Perugia	553.784	46,9	53,1	0,9
Imperia	549.843	75,1	24,9	0,9
Cagliari	504.626	79,7	20,3	0,8
Rimini	493.449	73,7	26,3	0,8
Pesaro e Urbino	478.812	81,2	18,8	0,8
Macerata	468.620	92,7	7,3	0,8
Napoli	452.234	44,7	55,3	0,7
Matera	448.830	97,1	2,9	0,7
Nuoro	448.249	78,9	21,1	0,7
Brindisi	423.149	97,9	2,1	0,7
Roma	417.414	56,3	43,7	0,7
Pisa	405.547	40,0	60,0	0,7
Genova	377.311	82,4	17,6	0,6
La Spezia	372.605	55,1	44,9	0,6
Messina	365.484	73,0	27,0	0,6
Como	341.558	21,7	78,3	0,6
Aosta	335.845	79,0	21,0	0,5
Chieti	315.023	96,6	3,4	0,5
Novara	281.982	68,9	31,1	0,5
Vibo Valentia	273.390	91,4	8,6	0,4
Caserta	266.879	31,1	68,9	0,4
Palermo	230.473	62,1	37,9	0,4
Taranto	227.197	95,8	4,2	0,4
Trapani	214.886	85,6	14,4	0,3
Torino	196.898	85,9	14,1	0,3
Viterbo e Rieti(*)	196.612	61,8	38,2	0,3
Bologna	187.705	62,8	37,2	0,3
Siena	177.352	22,7	77,3	0,3
Trieste	170.742	52,4	47,6	0,3
Lecco	167.478	82,4	17,6	0,3
Catania	164.939	73,1	26,9	0,3
Crotone	155.807	93,0	7,0	0,3

PROVINCE	Presenze	%Italiani	%Stranieri	Peso% sul totale
Campobasso e Isernia(*)	152.307	97,0	3,0	0,2
Bergamo	143.170	96,4	3,6	0,2
Varese	139.505	43,1	56,9	0,2
Cuneo	133.503	89,9	10,1	0,2
Oristano	132.400	66,1	33,9	0,2
Reggio di Calabria	122.025	93,1	6,9	0,2
Pistoia	115.155	17,7	82,3	0,2
Catanzaro	114.066	95,1	4,9	0,2
Siracusa	105.137	85,8	14,2	0,2
Modena	89.647	83,2	16,8	0,1
Potenza	86.706	86,1	13,9	0,1
Ragusa	68.380	86,7	13,3	0,1
Piacenza	64.132	85,4	14,6	0,1
Arezzo	62.638	44,0	56,0	0,1
Reggio dell'Emilia	55.734	97,6	2,4	0,1
Vicenza	53.340	85,1	14,9	0,1
Bari	52.758	89,2	10,8	0,1
Agrigento ,Caltanissetta, Enna(*)	50.120	82,1	17,9	0,1
L'Aquila	45.768	83,9	16,1	0,1
Vercelli	44.853	93,3	6,7	0,1
Treviso e Padova(*)	44.137	32,5	67,5	0,1
Sondrio	43.974	80,8	19,2	0,1
Milano	36.892	14,8	85,2	0,1
Terni	32.925	71,8	28,2	0,1
Parma	30.156	53,0	47,0	0,0
Biella	22.350	90,0	10,0	0,0
Pavia e Cremona(*)	21.497	86,3	13,7	0,0
Frosinone	11.038	90,2	9,8	0,0
Asti	6.429	12,1	87,9	0,0
Alessandria	5.576	76,6	23,4	0,0
ITALIA	61.732.055	58,8	41,2	100,0

Fonte: Istat

* In ottemperanza alle disposizioni legislative in materia di segreto statistico, i dati relativi alle presenze di alcune province sono stati aggregati quando il numero degli esercizi non raggiunge la soglia prevista per il rispetto del segreto statistico

6. Il movimento inbound nel turismo all'aria aperta

In questo paragrafo viene analizzato nel dettaglio il movimento turistico all'aria aperta generato dagli stranieri in Italia, attraverso l'elaborazione dei dati dell'indagine campionaria sul turismo internazionale dell'Italia condotta dall'Ufficio Italiano Cambi. Tale indagine, come già precedentemente evidenziato, fa rientrare nel turismo all'aria aperta le seguenti forme di alloggio: tenda, carrello, roulotte, motocaravan e camper. I dati UIC non sono dunque immediatamente confrontabili con quelli prodotti dall'Istat, su cui si è basata l'analisi condotta nelle pagine precedenti: i villaggi turistici sono infatti esclusi dal comparto (ed accorpati agli alberghi) mentre vengono prese in considerazione anche forme di campeggio libero.

Rispetto ai dati dell'Istat, dunque, quelli dell'Ufficio Italiano Cambi offrono una visuale più ristretta (ma forse più fedele allo spirito del turismo *en plein air*) del comparto all'aria aperta, prendendo in considerazione solo il movimento campeggistico, anche nelle sue forme libere.

Pur nella difficoltà di un confronto immediato con i dati precedentemente analizzati, ci è sembrato comunque opportuno utilizzare per l'analisi anche questa preziosa fonte informativa che consente di focalizzare l'attenzione su un mercato, quello estero, assai rilevante per il comparto, e di analizzarne, oltre agli andamenti, anche le principali caratteristiche, tra cui la spesa, di estremo interesse ai fini della valutazione economica.

Secondo l'indagine UIC, gli stranieri che nel 2006 hanno optato per la formula del campeggio sono stati circa 2 milioni e 323 mila (il 5,6% dei viaggiatori stranieri pernottanti), pernottando per circa 22 milioni di notti (il 6,3% dei pernottamenti stranieri) e spendendo circa 929 milioni di euro (il 3,2% delle entrate per turismo). L'analisi temporale evidenzia come, nel periodo dal 2000 al 2006, il comparto ristretto del turismo all'aria aperta sia stato caratterizzato da un trend decrescente dei flussi turistici provenienti dall'estero, con cali vistosi sia del numero di viaggiatori alle frontiere che di pernottamenti⁹ (tab. 12).

⁹ Il numero di *viaggiatori alle frontiere* rappresenta il conteggio dei passaggi alle frontiere e dunque non è influenzato dal numero di luoghi visitati. Tali indicatore viene utilizzato nelle tavole senza disaggregazione del luogo visitato. Nelle tavole con

Tab. 12 Movimento inbound nel turismo all'aria aperta: viaggiatori alle frontiere e pernottamenti

Serie storica 2000 - 2006

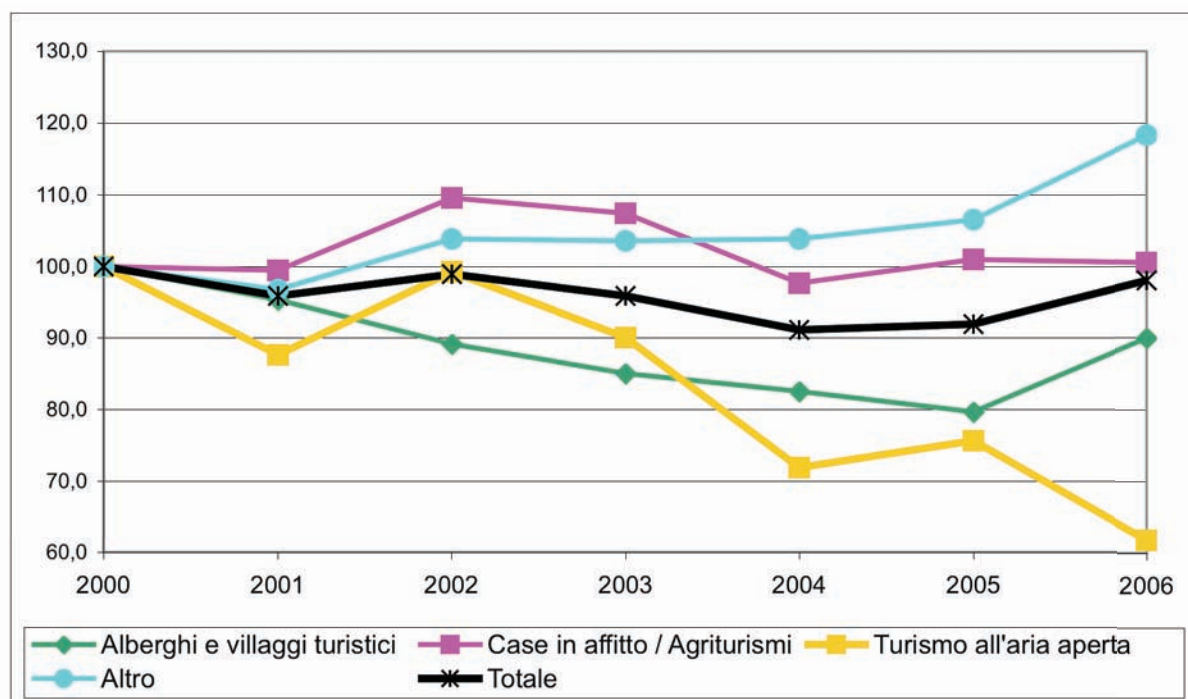
Anni	Viaggiatori alle frontiere		Pernottamenti	
	Val. ass.	Var. %	Val. ass.	Var. %
2000	3.617.838		35.524.149	
2001	3.208.015	-11,3	31.141.267	-12,3
2002	3.627.874	13,1	35.270.708	13,3
2003	3.360.541	-7,4	31.978.427	-9,3
2004	2.714.234	-19,2	25.535.586	-20,1
2005	2.381.987	-12,2	26.861.678	5,2
2006	2.322.655	-2,5	21.961.278	-18,2

Fonte: UIC

La crisi del mercato estero nel biennio 2003-2004 ha toccato tutte le tipologie ricettive (graf.6): andamenti decrescenti dei pernottamenti sono rilevabili ovunque, ma sono stati più consistenti nelle strutture all'aria aperta. Inoltre, mentre a partire dal 2005 i flussi *inbound* hanno registrato un'inversione di tendenza, tornando a crescere in tutti i settori (seppure negli alberghi con un anno di ritardo), il mercato estero del turismo all'aria aperta ha continuato a contrarsi.

Graf. 6. Movimento turistico inbound: pernottamenti nelle diverse tipologie di alloggio.

Numeri indici 2000=100



Fonte: UIC

Come si è già visto (tab. 3), questo andamento relativamente più negativo ha avuto come effetto la riduzione della quota di mercato estero detenuta dalle forme di alloggio all'aria aperta rispetto alle altre tipologie di ricettività, passando, in termini di pernottamenti, dal 10% del 2000 al 6,3% del 2006.

Questi dati confermano e in un certo senso aggravano quanto già emerso dalle analisi precedenti e cioè l'insorgere, a partire dai primi anni 2000, di un periodo di crisi per i flussi del turismo all'aria aperta provenienti dall'estero: mentre infatti i dati Istat relativi a campeggi e villaggi turistici evidenziano, a partire dal 2005, un recupero anche del mercato estero, i dati UIC relativi alle sole forme di alloggio più strettamente *en plein air* rilevano il persistere di una situazione di difficoltà.

disaggregazione del luogo visitato si utilizza il numero di *viaggiatori a destinazione* che rappresenta il conteggio dei viaggiatori nei singoli luoghi visitati. Per l'analisi condotta in queste pagine, inoltre, vengono presi in considerazione i soli viaggiatori pernottanti. I *pernottamenti* sono il numero di notti trascorse in Italia dai viaggiatori pernottanti e sono dunque assimilabili alle presenze.

L'analisi dei dati disaggregati per paese di provenienza, relativi agli anni 2006 e 2000 (tab. 13 e 14), consente di evidenziare il peso dei diversi mercati esteri e di valutare a quali di essi è maggiormente imputabile il calo registrato nel periodo sotto osservazione.

Come si osserva e analogamente a quanto emerso dall'analisi dei dati Istat (relativi, lo ricordiamo, al complesso dei campeggi e villaggi turistici), gli stranieri che più di altri scelgono la formula del campeggio, anche libero, sono i tedeschi: nel 2006 sono stati più di 900 mila (corrispondenti al 40,3% dei flussi globali), pernottando per circa 8 milioni e 664 mila notti (il 39,4% dei pernottamenti stranieri del settore) e spendendo circa 346 milioni di euro (il 37,2% dei ricavi complessivi del settore). Seguono a distanza i turisti olandesi, austriaci e francesi.

I turisti provenienti da Germania, Olanda, Austria e Francia rappresentano, dunque, da soli, più del 70% del flusso turistico *inbound* registrato nel comparto ristretto del turismo all'aria aperta nell'anno 2006, sia in termini di numero di viaggiatori e di pernottamenti che di spesa sostenuta.

Il confronto con i dati del 2000 evidenzia come questi quattro paesi, pur avendo mantenuto una posizione di netto predominio rispetto alle altre nazioni estere, hanno ridotto nel tempo il proprio peso: nel 2000 esse generavano infatti il 77,4% delle entrate globali del comparto, l'80% dei viaggiatori e il 78,8% dei pernottamenti. Va aggiunto che questa riduzione è imputabile in maniera più consistente al calo dei turisti provenienti dai due paesi di lingua tedesca, Germania e Austria.

Tra gli altri turisti stranieri che nel periodo considerato hanno ridotto in maniera considerevole la frequentazione dei campeggi italiani troviamo spagnoli, svedesi, belgi e svizzeri.

Alcuni paesi invece, in controtendenza con l'andamento generale, hanno incrementato la loro presenza nelle strutture all'aria aperta italiane: tra questi emergono Irlanda, Ungheria e Regno Unito in Europa e Australia nel resto del mondo.

Tab. 13. Movimento inbound nel turismo all'aria aperta: spesa, viaggiatori alle frontiere, pernottamenti per le principali provenienze – Anno 2006

Stato di provenienza	Spesa		Viaggiatori alle frontiere		Pernottamenti	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%
GERMANIA	345.748.107	37,2	936.672	40,3	8.663.650	39,4
PAESI BASSI	159.704.505	17,2	330.469	14,2	3.931.710	17,9
AUSTRIA	84.241.339	9,1	188.273	8,1	1.843.962	8,4
FRANCIA	82.561.588	8,9	200.325	8,6	1.673.684	7,6
REGNO UNITO	48.193.519	5,2	86.019	3,7	904.962	4,1
DANIMARCA	43.221.216	4,7	87.324	3,8	942.401	4,3
SVIZZERA	34.150.740	3,7	94.143	4,1	797.622	3,6
SPAGNA	21.261.921	2,3	57.559	2,5	299.459	1,4
UNGHERIA	19.752.102	2,1	65.816	2,8	434.021	2,0
POLONIA	14.905.079	1,6	51.689	2,2	594.833	2,7
BELGIO	12.394.450	1,3	23.620	1,0	315.394	1,4
CECA, REPUBBLICA	10.202.124	1,1	48.808	2,1	274.583	1,3
ROMANIA	8.499.119	0,9	16.491	0,7	307.788	1,4
SLOVACCA, REPUBBLICA	8.459.776	0,9	40.143	1,7	221.467	1,0
AUSTRALIA	7.467.061	0,8	16.992	0,7	149.416	0,7
STATI UNITI D'AMERICA	6.123.831	0,7	9.339	0,4	104.943	0,5
IRLANDA	4.700.582	0,5	7.167	0,3	85.009	0,4
GRECIA	3.631.354	0,4	8.417	0,4	34.592	0,2
SVEZIA	3.285.218	0,4	8.664	0,4	87.299	0,4
CANADA	1.825.665	0,2	7.313	0,3	43.518	0,2
ALTRI PAESI EUROPEI	4.374.468	0,5	23.945	1,0	139.890	0,6
ALTRI PAESI NON EUROPEI	4.625.819	0,5	13.467	0,6	111.076	0,5
Totale complessivo	929.329.584	100,0	2.322.655	100,0	21.961.278	100,0

Fonte: UIC

Tab. 14. Movimento inbound nel turismo all'aria aperta: spesa, viaggiatori alle frontiere, pernottamenti per le principali provenienze – Anno 2000

Stato di provenienza	Spesa		Viaggiatori alle frontiere		Pernottamenti	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%
GERMANIA	565.932.053	45,8	1.782.092	49,3	17.042.172	48,0
OLANDA	198.260.896	16,0	461.082	12,7	5.372.466	15,1
AUSTRIA	138.007.581	11,2	457.177	12,6	3.624.347	10,2
FRANCIA	53.840.350	4,4	194.348	5,4	1.962.104	5,5
SPAGNA	49.010.617	4,0	129.931	3,6	1.660.812	4,7
SVIZZERA	45.699.217	3,7	129.357	3,6	1.423.499	4,0
DANIMARCA	41.911.666	3,4	94.722	2,6	1.016.108	2,9
REGNO UNITO	31.814.401	2,6	49.341	1,4	682.772	1,9
POLONIA	27.966.206	2,3	73.116	2,0	701.032	2,0
BELGIO	18.031.168	1,5	56.256	1,6	448.101	1,3
CECA, REPUBBLICA	9.800.030	0,8	57.011	1,6	399.549	1,1
STATI UNITI D'AMERICA	7.770.483	0,6	6.343	0,2	87.013	0,2
SVEZIA	5.622.417	0,5	19.650	0,5	137.069	0,4
PRINCIPATO DI MONACO	5.148.450	0,4	27.628	0,8	385.515	1,1
UNGHERIA	4.506.248	0,4	18.753	0,5	152.555	0,4
CANADA	4.189.410	0,3	2.870	0,1	32.732	0,1
AUSTRALIA	3.634.336	0,3	3.600	0,1	39.014	0,1
GRECIA	1.307.518	0,1	5.186	0,1	19.054	0,1
RUSSIA	1.244.249	0,1	675	0,0	47.929	0,1
IRLANDA	437.175	0,0	1.706	0,0	13.847	0,0
GIAPPONE	408.137	0,0	152	0,0	909	0,0
ALTRI PAESI NON EUROPEI	10.357.475	0,8	10.624	0,3	67.657	0,2
ALTRI PAESI EUROPEI	10.621.363	0,9	36.219	1,0	207.890	0,6
Totale complessivo	1.235.521.447	100,0	3.617.838	100,0	35.524.149	100,0

Fonte:UIC

A questo punto l'analisi prosegue con un esame approfondito delle principali caratteristiche dei flussi turistici stranieri che scelgono di soggiornare nelle strutture all'aria aperta italiane, condotto anche attraverso il confronto con quelli che si rivolgono invece ad altre forme di ricettività¹⁰. Per rendere omogeneo tale confronto si è deciso di prendere in considerazione solo i turisti stranieri che soggiornano in Italia per motivi di vacanza, escludendo dall'analisi quelli spinti alla visita da altre motivazioni.

Come emerge infatti dall'analisi della tabella 15, mentre i vacanzieri rappresentano la quasi totalità dei viaggiatori stranieri che soggiornano nei campeggi (sono il 93,4%), nelle altre tipologie di esercizi ricettivi coloro che viaggiano per vacanza, pur rappresentando sempre la maggioranza, sono affiancati da altre tipologie di clientela: negli alberghi e villaggi turistici, ad esempio, ben il 30% dei clienti viaggia per motivi d'affari.

Considerare tutti i turisti indipendentemente dalla loro motivazione, falserebbe i risultati della comparazione in quanto chi viaggia, ad esempio, per lavoro ha comportamenti molto diversi rispetto al turista cosiddetto "leisure".

¹⁰ Nelle pagine che seguono le principali caratteristiche del turismo all'aria aperta vengono confrontate con quelle delle forme di ricettività a pagamento. Sono invece escluse dal confronto le forme di alloggio a titolo gratuito.

Tab. 15. Viaggiatori stranieri in Italia per motivo del viaggio – Anno 2006

	VACANZA	LAVORO	VISITA A		TOTALE
			PARENTI, AMICI	ALTRI MOTIVI PERSONALI	
Albergo, villaggio turistico	64,4	30,0	1,5	4,1	100,0
Agriturismo	90,6	3,9	1,4	4,1	100,0
Casa di proprietà	60,4	9,2	24,0	6,4	100,0
Casa in affitto	69,9	13,2	1,6	15,4	100,0
Turismo all'aria aperta	93,4	2,0	0,5	4,1	100,0
Ospite di parenti, amici	34,7	5,8	53,9	5,6	100,0
Altro	38,1	45,7	0,4	15,8	100,0

Fonte: UIC

I vacanzieri stranieri che nel 2006 hanno scelto le forme di alloggio all'aria aperta ammontano a circa 2 milioni e 170 mila: essi hanno generato 21 milioni di pernottamenti e una spesa globale di circa 891 milioni di euro.

Se confrontato con i flussi dei vacanzieri stranieri che hanno soggiornato nelle altre tipologie di alloggio (tab.16), quello del turismo all'aria aperta appare come un segmento di fascia economica relativamente più bassa che, a fronte di un peso di circa il 10% sul totale della domanda, contribuisce solo per il 5,2% alla spesa globalmente sostenuta dagli stranieri in vacanza in Italia.

Tab. 16. Turismo inbound per motivi di vacanza: viaggiatori alle frontiere, pernottamenti e spesa.

Anno 2006

Tipologia di alloggio	Viaggiatori alle frontiere		Pernottamenti		Spesa	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%
Albergo, villaggio turistico	15.114.835	61,1	90.375.486	46,2	11.401.658.585	66,4
Agriturismo	433.582	1,8	3.685.735	1,9	317.659.293	1,9
Casa di proprietà	1.010.003	4,1	21.686.692	11,1	753.707.758	4,4
Casa in affitto	2.282.353	9,2	24.405.139	12,5	1.596.021.870	9,3
Turismo all'aria aperta	2.170.505	8,8	20.913.756	10,7	890.876.681	5,2
Ospite di parenti, amici	2.620.950	10,6	26.925.199	13,8	1.630.718.562	9,5
Altro	1.100.167	4,4	7.732.583	4,0	568.186.277	3,3
Totale	24.732.393	100,0	195.724.590	100,0	17.158.829.026	100,0

Fonte: UIC

Il turista straniero all'aria aperta è infatti quello che spende meno per la propria vacanza in Italia: la sua spesa giornaliera si attesta mediamente intorno ai 43 euro, circa la metà di quella sostenuta da chi alloggia in agriturismo (86,19 euro) e un terzo della spesa giornaliera di chi sceglie l'albergo o il villaggio turistico per il proprio soggiorno in Italia (126,16 euro). Risulta inferiore anche alla spesa di chi opta per l'affitto di un'abitazione privata (65,40 euro)

In termini relativi, l'incidenza della spesa per il trasporto (13,5%) e la ristorazione (26,4%) è maggiore nel turismo all'aria aperta rispetto alle altre modalità di soggiorno per le quali è invece ovviamente molto maggiore l'incidenza dell'esborso per l'alloggio.

Tab. 17. Spesa media pro capite giornaliera dei vacanzieri stranieri in Italia – Anno 2006

	Turismo all'aria aperta		Agriturismi		Alberghi, villaggi turistici		Case in affitto		Media
	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %	
Spesa totale	42,60	100,0	86,19	100,0	126,16	100,0	65,40	100,0	87,67
di cui:									
Trasporto	5,76	13,5	7,25	8,4	10,13	8,0	5,00	7,6	7,91
Alloggio	15,12	35,5	39,77	46,1	58,91	46,7	29,28	44,8	37,49
Ristorazione	11,26	26,4	18,41	21,4	27,81	22,0	13,89	21,2	19,66
Acquisti	8,48	19,9	15,49	18,0	21,34	16,9	13,36	20,4	17,06
Altro	1,98	4,6	5,27	6,1	7,97	6,3	3,87	5,9	5,54

Fonte: UIC

Per quanto riguarda la provenienza dei flussi, il dato relativo ai soli vacanzieri sottolinea ulteriormente come la Germania sia un mercato importantissimo per il comparto del turismo all'aria aperta, molto di più di quanto non lo sia per le altre forme di ricettività, pur assumendo anche in queste un ruolo di primo piano.

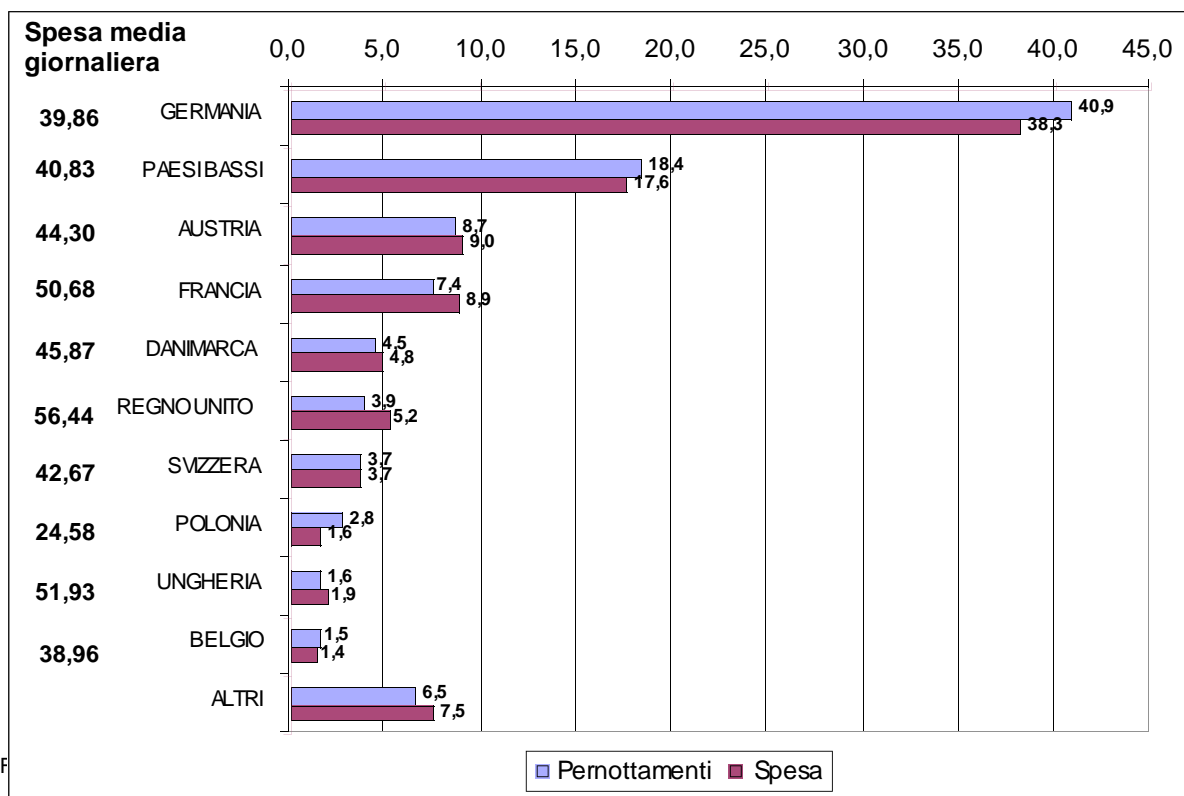
I turisti tedeschi in vacanza nei campeggi italiani generano il 41% dei pernottamenti e producono il 38% dei ricavi complessivi di settore: negli agriturismi queste percentuali scendono al 34,4% e 32,1%, nelle case in affitto al 33,5% e 29,2% e negli alberghi e villaggi turistici al 23% e 18,5%.

Altro mercato rilevante per il turismo all'aria aperta italiano è quello dei Paesi Bassi con quote di tutto rispetto (18,4% in termini di pernottamenti e 17,6% per quanto riguarda la spesa), a differenza di quanto avviene negli altri comparti ricettivi in cui i turisti olandesi hanno un peso molto più marginale.

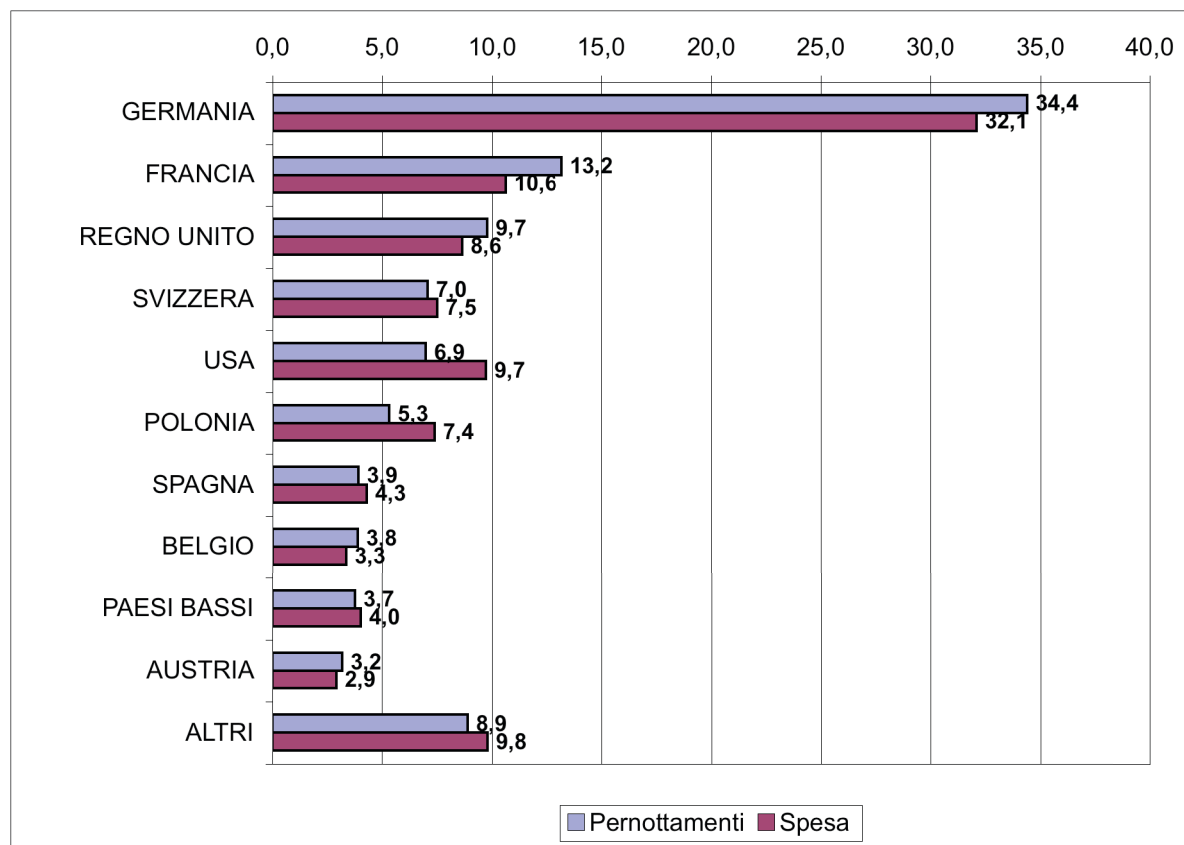
Nella graduatoria dei principali mercati esteri seguono, a distanza, Austria (pernottamenti: 8,7% e spese: 9%) e Francia (pernottamenti: 7,4% e spesa: 8,9%). Regno Unito e Stati Uniti, che rappresentano mercati molto importanti sia per il comparto alberghiero che per quello agriturismo, non detengono invece un peso di rilievo nel turismo all'aria aperta.

La graduatoria dei principali mercati esteri cambia notevolmente se si prende in considerazione la spesa media pro capite giornaliera: sono i clienti britannici quelli che mediamente spendono di più durante il loro soggiorno nei campeggi italiani (56,44 euro), seguiti da ungheresi (51,93 euro), francesi (50,68 euro) e austriaci (44,30 euro). I clienti tedeschi, con circa 40 euro al giorno, sono, a parte i polacchi, tra quelli che spendono di meno per la loro vacanza *en plein air* italiana.

Graf. 7a. Turismo all'aria aperta: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per paese di provenienza (%) - Anno 2006

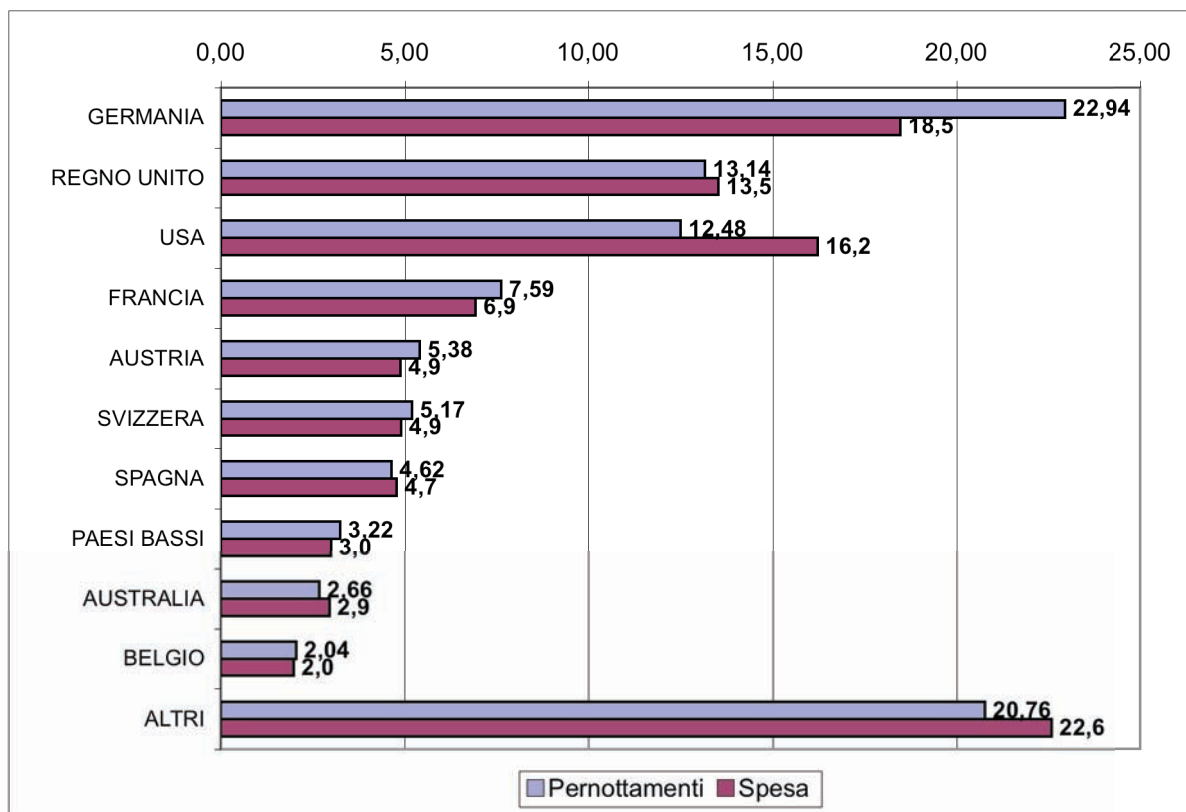


Graf. 7b. Agriturismo: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per paese di provenienza (%) - Anno 2006



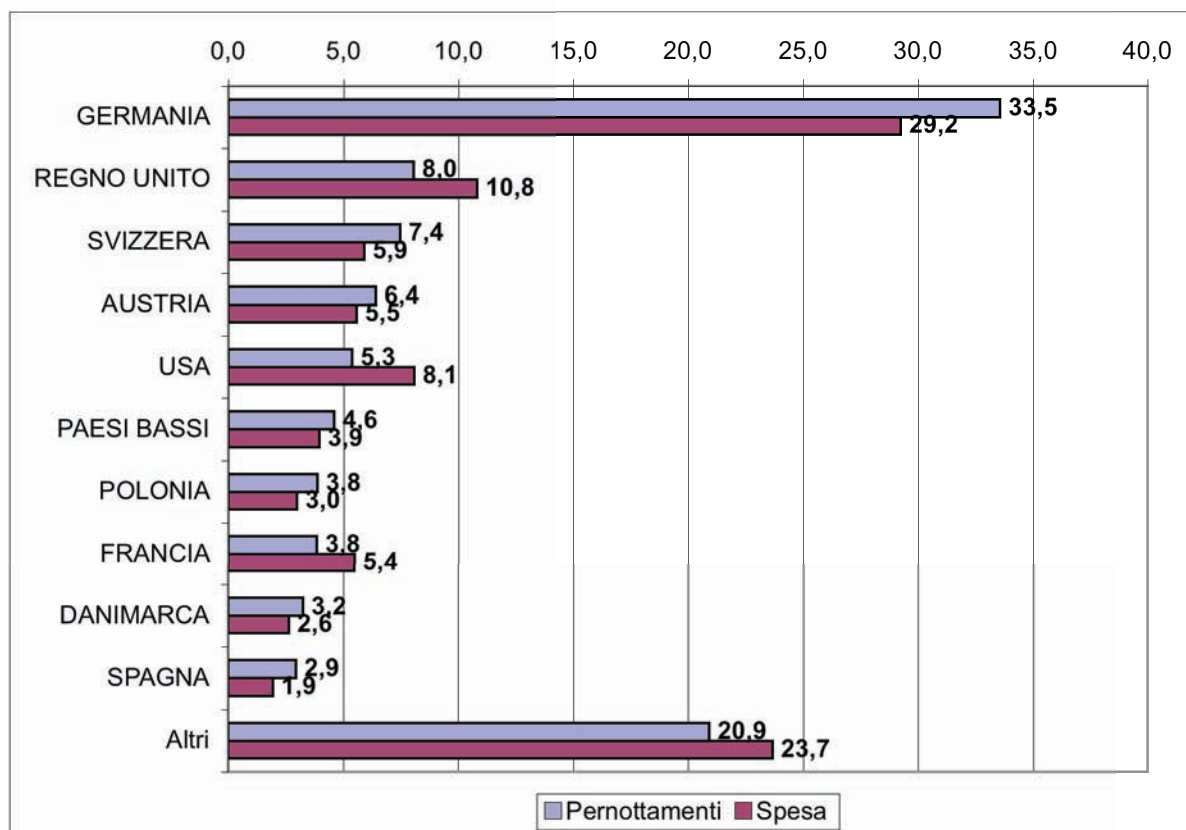
Fonte: UIC

Graf. 7c. Alberghi e villaggi turistici: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per paese di provenienza (%) - Anno 2006



Fonte: UIC

Graf. 7d. Case in affitto: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per paese di provenienza (%) - Anno 2006



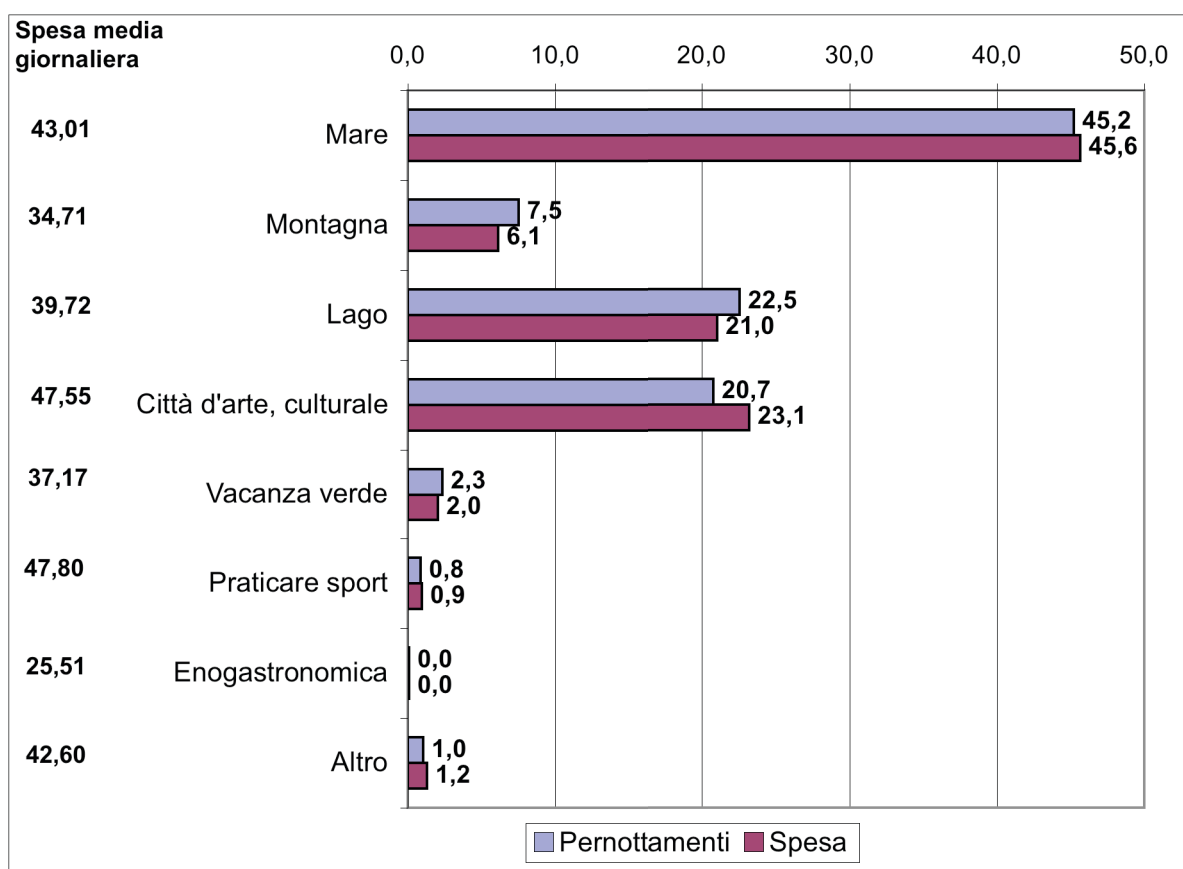
Fonte: UIC

Passando a considerare il motivo principale della vacanza, i dati di fonte UIC evidenziano come il flusso *inbound* del turismo all'aria aperta si orienti prevalentemente verso la classica vacanza al mare. Circa la metà dei pernottamenti (45,2%) e della spesa (45,6%) dell'intero settore ha infatti origine dai vacanzieri stranieri che scelgono le località marine per il loro soggiorno.

Seguono, nettamente distanziate, la vacanza al lago (pernottamenti: 22,5%, spesa: 21%) e quella culturale nelle città d'arte (pernottamenti: 20,7%, spesa 23,1%). Risultano invece sorprendentemente basse le percentuali relative a coloro che si orientano prevalentemente verso la vacanza "verde", a contatto con la natura (pernottamenti: 2,3%, spesa: 2%).

Tornando a considerare nello specifico il turismo all'aria aperta, diversa è nel settore la propensione alla spesa di chi sceglie forme diverse di vacanza: tende a spendere mediamente di più il campeggista straniero che viene in vacanza in Italia per praticare sport (47,80 euro) e per visitare le attrazioni artistiche e culturali (47,55 euro), rispetto a chi sceglie di andare al mare (43,01 euro), al lago (39,72) o in montagna (34,71).

Graf. 8a. Turismo all'aria aperta: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per motivo della vacanza (%) - Anno 2006



Fonte: UIC

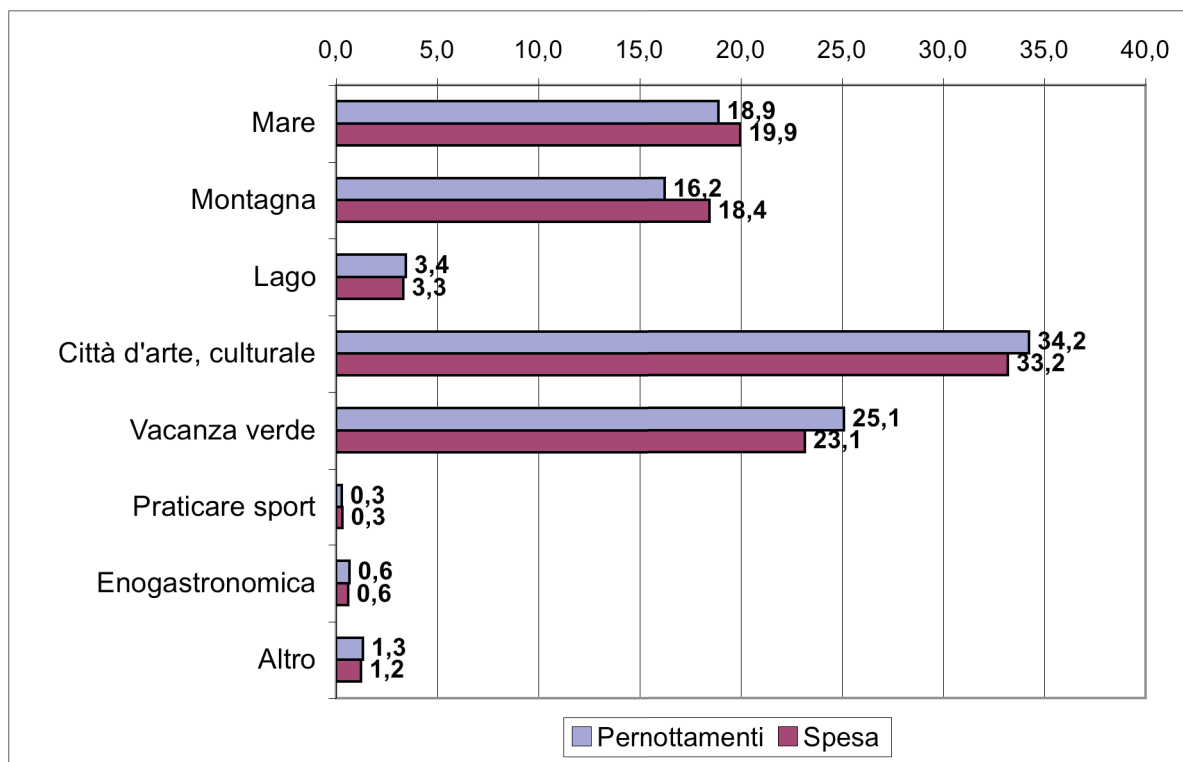
Il confronto con le altre forme di ricettività, evidenzia una certa analogia con le motivazioni prevalenti di chi trascorre la propria vacanza prendendo in affitto un'abitazione: anche in questo caso, infatti, la vacanza al mare (pernottamenti: 40,7%, spesa: 51,6%) occupa il primo posto, seguita da quella culturale (31%). Minore è però, per questa tipologia di turisti, l'orientamento verso la vacanza lacuale.

Emerge, invece, in maniera evidente, la differenza con gli altri due comparti della ricettività: tra i turisti stranieri che soggiornano negli alberghi e villaggi turistici prevale nettamente la motivazione culturale (pernottamenti: 53,8%, spesa: 59,2%), seguita, a notevole distanza e nell'ordine, da quella marina, montana e lacuale.

Anche la maggior parte dei clienti stranieri degli agriturismi decide di venire in vacanza in Italia per motivi culturali, ma sono comunque tanti anche coloro che prediligono la vacanza verde, scegliendo appunto la forma di ricettività che più di altre consente il contatto diretto con la natura.

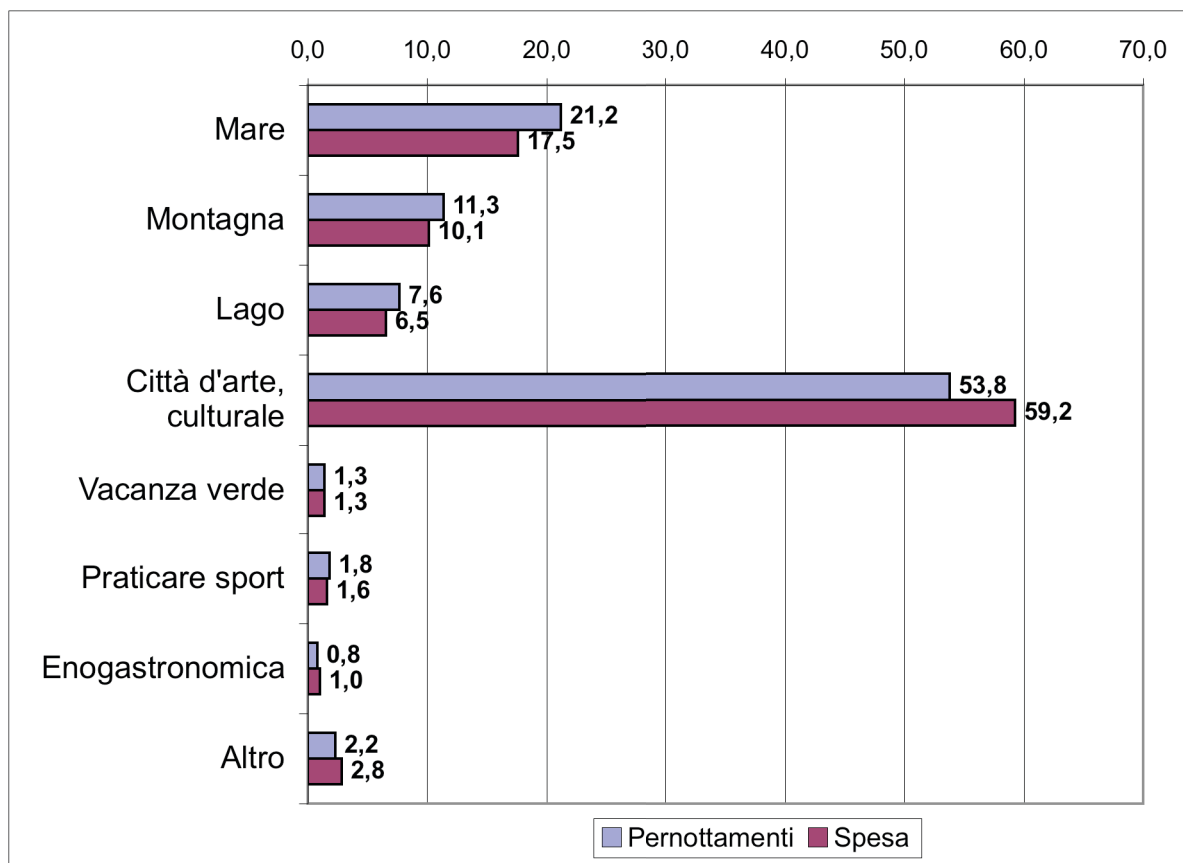
Un peso inferiore, ma comunque interessante, è detenuto dalla vacanza marina e da quella montana.

Graf. 8b. Agriturismo: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per motivo della vacanza (%) - Anno 2006



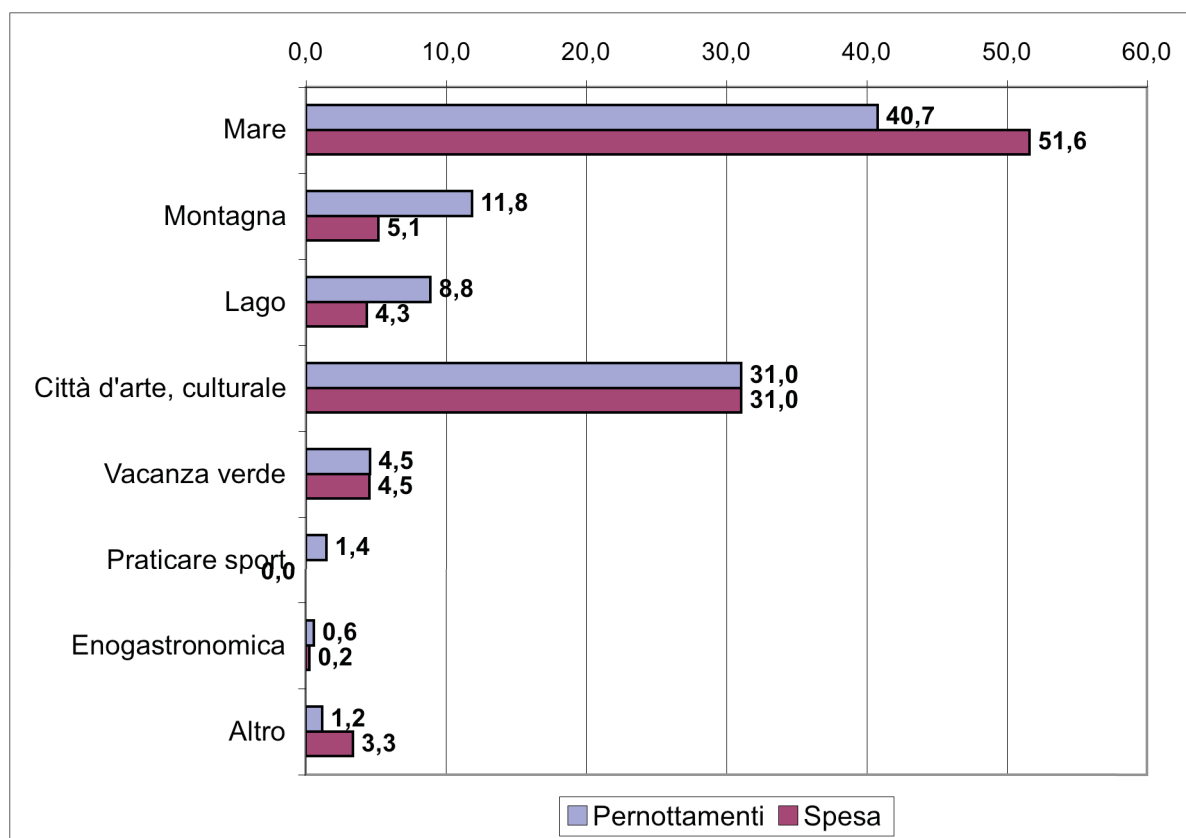
Fonte: UIC

Graf. 8c. Alberghi e villaggi turistici: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per motivo della vacanza (%) - Anno 2006



Fonte: UIC

Graf. 8d. Case in affitto: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per motivo della vacanza (%) - Anno 2006



Fonte: UIC

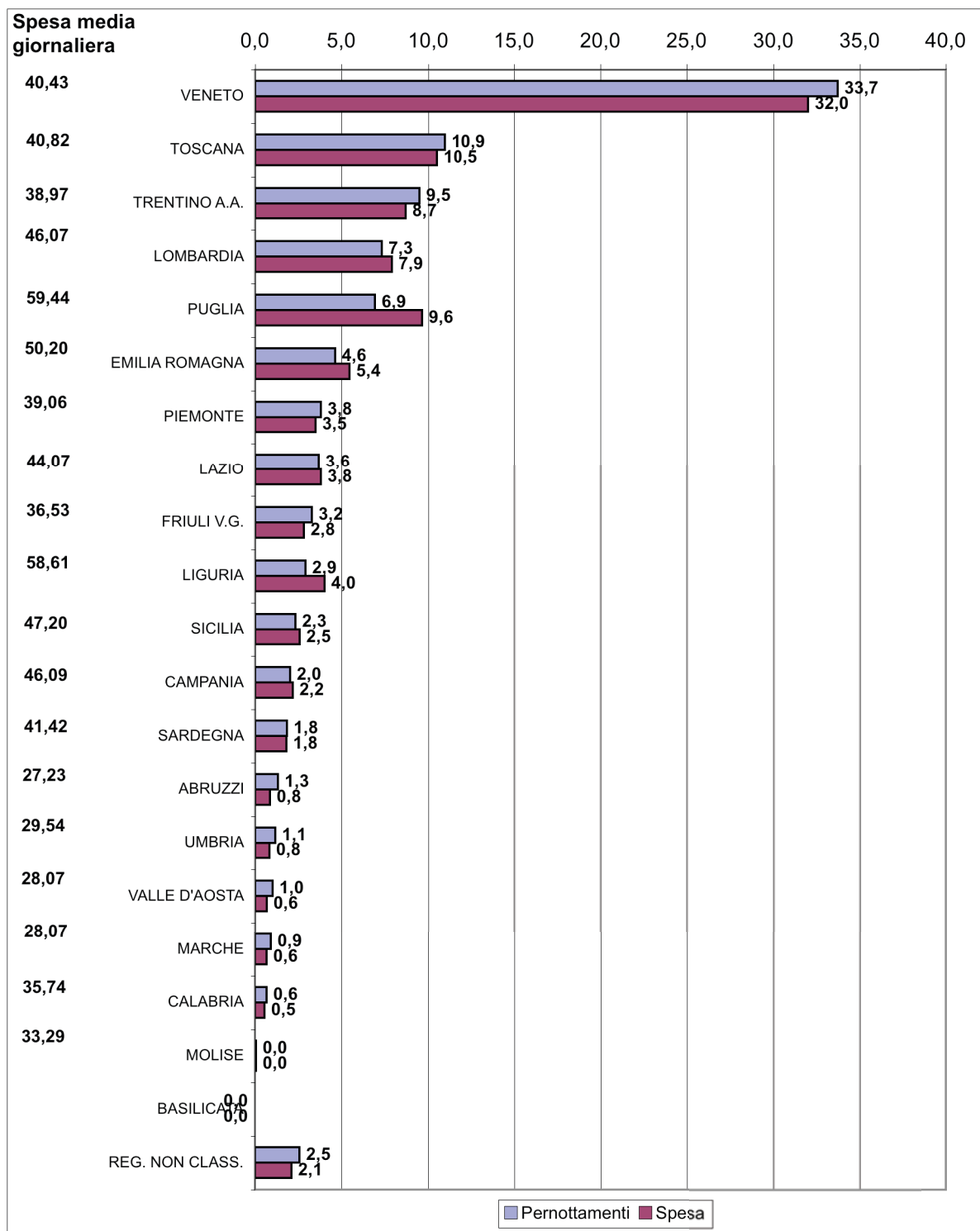
Con riferimento alle principali regioni di destinazione del flusso turistico estero che utilizza forme di alloggio all'aria aperta, i dati dell'Ufficio Italiano Cambi confermano quanto emerso dai dati Istat relativi a campeggi e villaggi turistici: nettamente al primo posto troviamo il Veneto (che raccoglie il 34% circa dei pernottamenti totali e il 32% della spesa complessiva), seguito a molta distanza da Toscana, Trentino Alto Adige e Lombardia. Nove delle prime dieci regioni di destinazione sono situate al Centro-Nord; l'unica regione che rientra in questa graduatoria ristretta è la Puglia che, raccogliendo il 6,9% dei pernottamenti e il 9,6% della spesa, si distacca notevolmente dalle altre regioni meridionali.

La Puglia è anche la regione dove i turisti stranieri all'aria aperta spendono mediamente di più (59,44 euro al giorno), seguita, con cifre giornaliere superiori ai 50 euro, da Liguria (58,61 euro) ed Emilia Romagna (50,20 euro). Le regioni in cui spendono di meno sono invece l'Abruzzo (27,23 euro), le Marche (28,07 euro) e la Valle d'Aosta (28,07 euro).

Il confronto con i flussi che si dirigono verso le altre tipologie di alloggio evidenzia una netta preferenza da parte dei vacanzieri stranieri che soggiornano negli agriturismi e nelle case in affitto per la Toscana rispetto al Veneto. Sicilia, Sardegna e Umbria hanno un maggiore appeal per gli stranieri che scelgono l'agriturismo, mentre la Liguria è relativamente più frequentata da chi soggiorna in affitto.

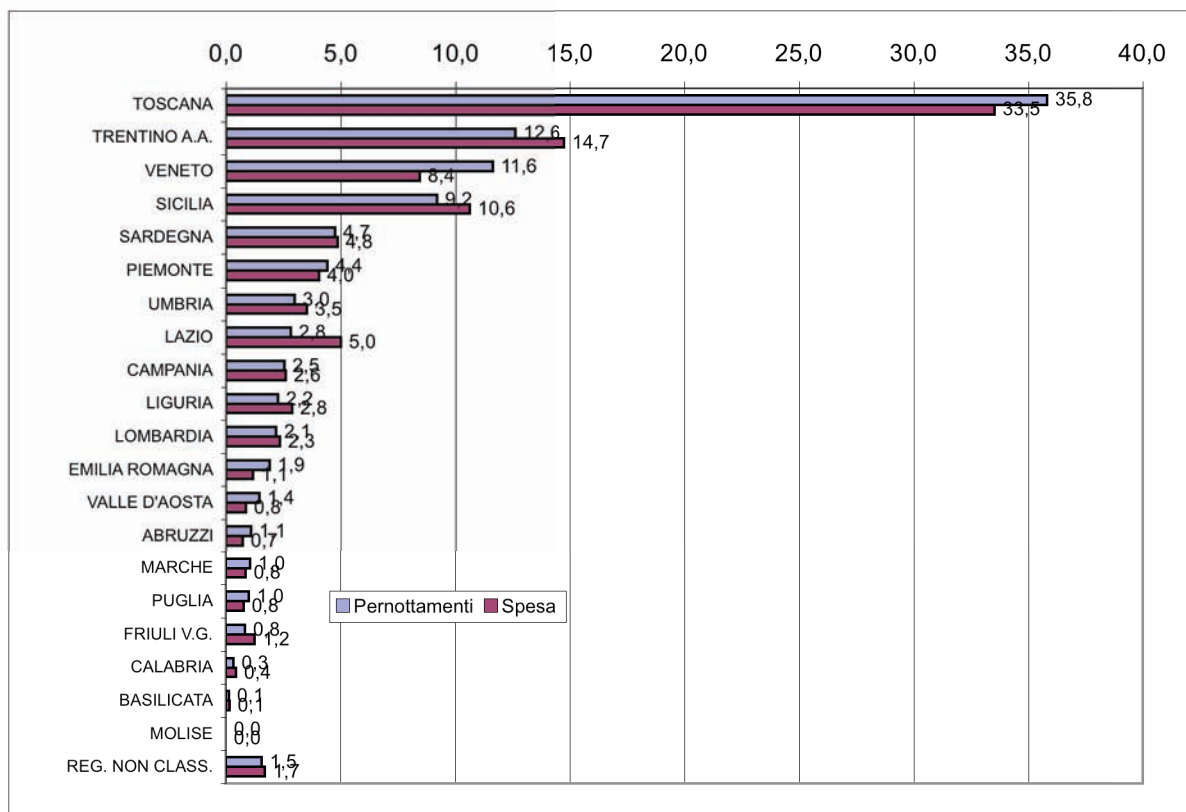
Privilegiano invece il Lazio coloro che pernottano negli esercizi alberghieri.

Graf. 9a Turismo all'aria aperta: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per regione di destinazione (%) - Anno 2006



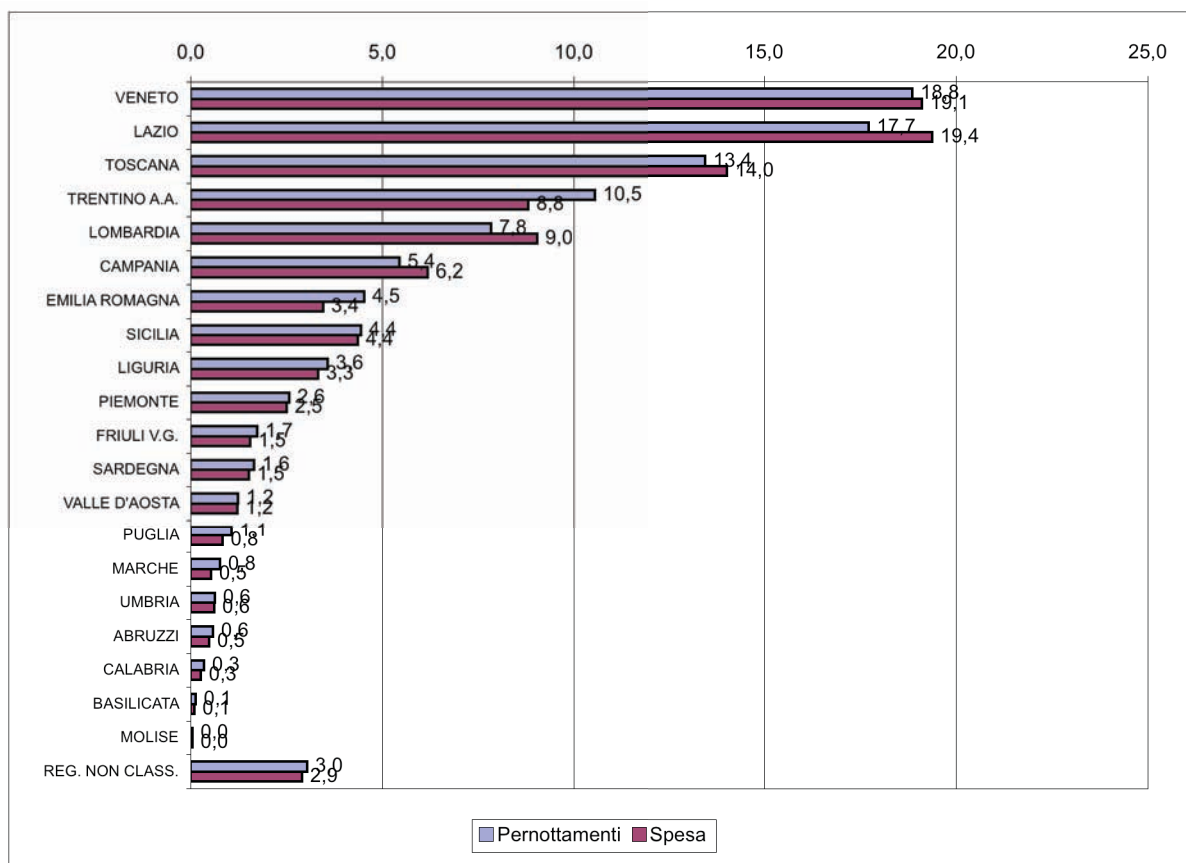
Fonte: UIC

Graf. 9b. Agriturismi: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per regione di destinazione (%) - Anno 2006



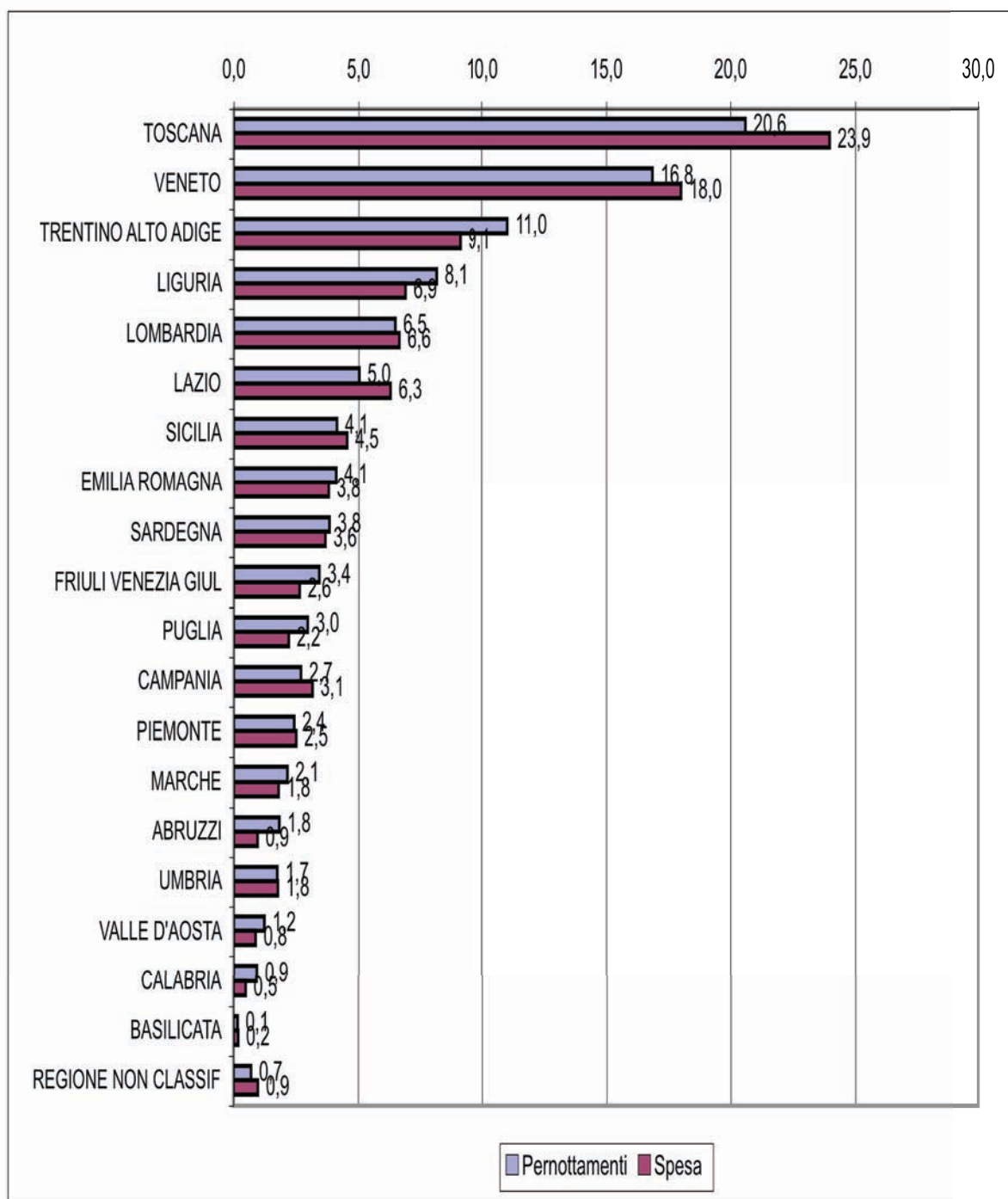
Fonte: UIC

Graf. 9c Alberghi e villaggi turistici: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per regione di destinazione (%) - Anno 2006



Fonte: UIC

Graf. 9d Case in affitto: spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per regione di destinazione (%) - Anno 2006

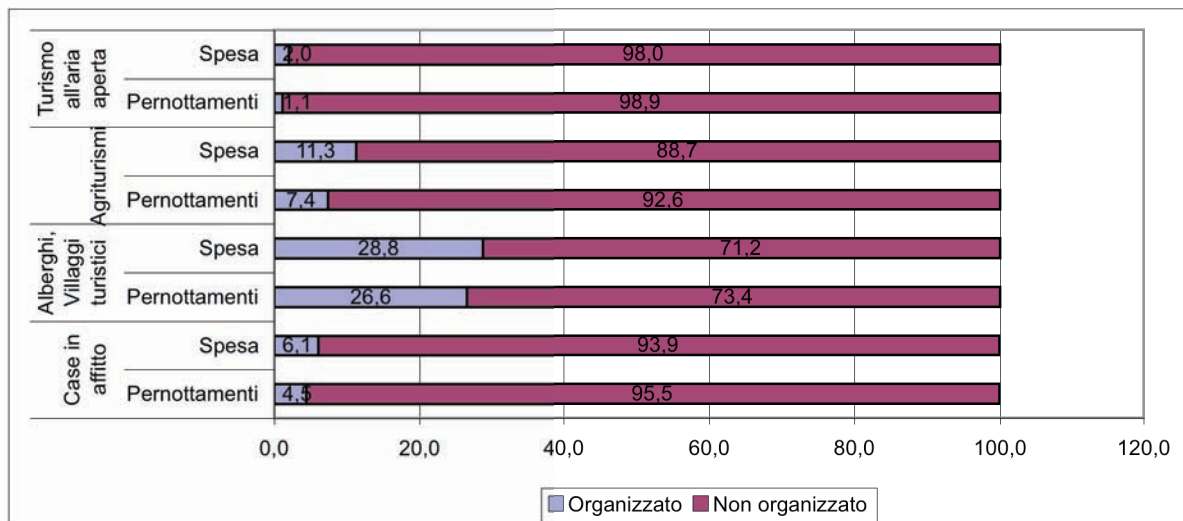


Fonte: UIC

Data la natura intrinseca del turismo all'aria aperta, che consente una totale autonomia organizzativa, il ricorso ai servizi dei tour operator o delle agenzie di viaggio da parte dei vacanzieri stranieri che scelgono forme di alloggio *en plein air* è assolutamente irrilevante: solo per l'1,1% dei pernottamenti si ricorre ai servizi di intermediazione, per una spesa che si attesta al 2% del totale.

Sono percentuali assolutamente irrisorie rispetto a quelle rilevabili per i vacanzieri stranieri che scelgono di soggiornare negli alberghi e villaggi turistici, ma anche rispetto a quelle di coloro che scelgono la formula dell'agriturismo, per la quale è costantemente in crescita la disponibilità di pacchetti offerti dai diversi intermediari turistici, o la casa in affitto.

Graf. 10. Spesa e pernottamenti dei vacanzieri stranieri in Italia per organizzazione della vacanza (%) Anno 2006

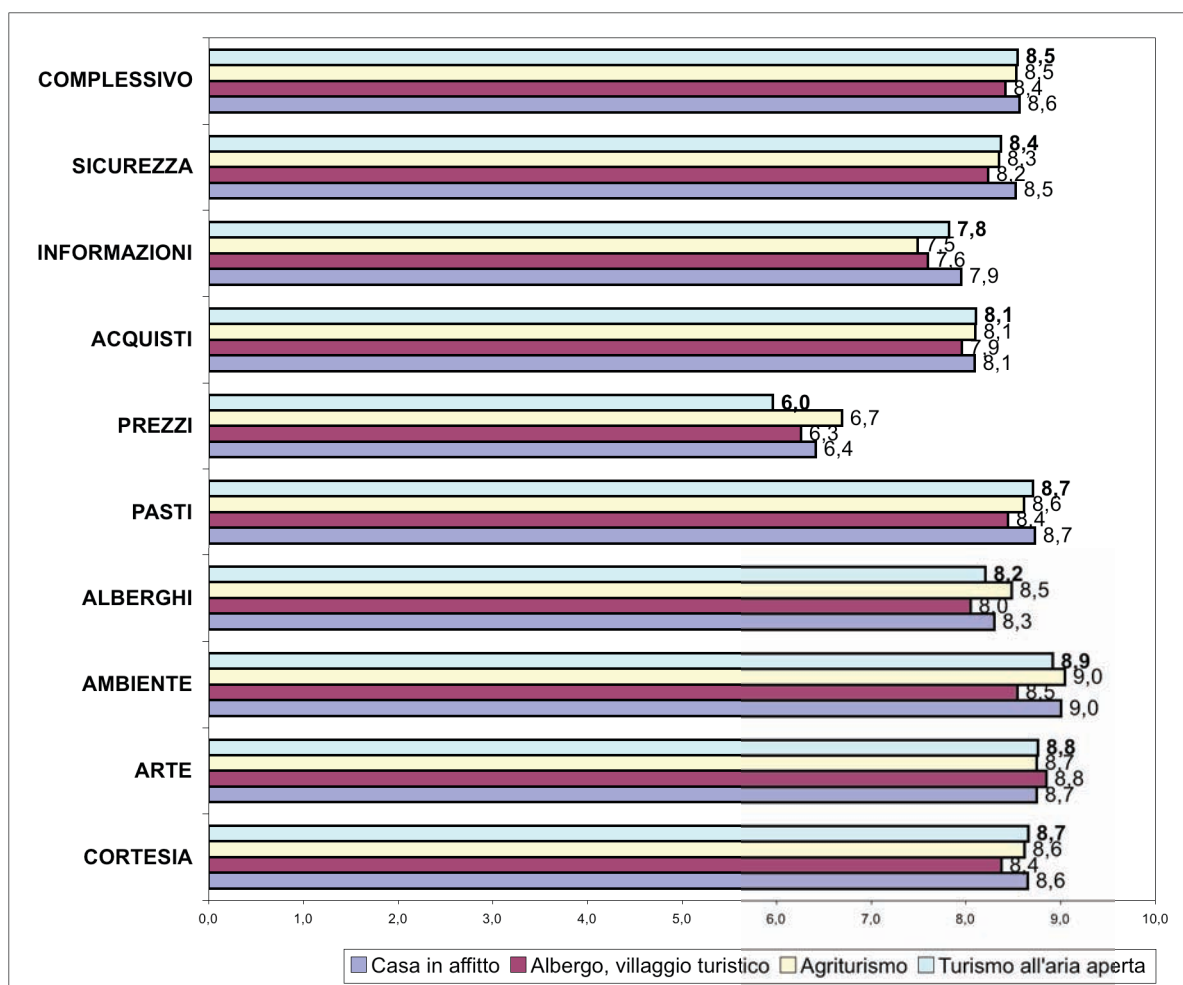


Fonte: UIC

Per quanto riguarda infine, la soddisfazione dei turisti stranieri per la vacanza in Italia, non emergono differenze sostanziali tra i giudizi espressi da viaggiatori che scelgono forme diverse di alloggio, in tutti i casi estremamente elevati.

Solo il giudizio relativo ai prezzi, generalmente inferiore rispetto a quello nei confronti degli altri elementi dell'offerta, è relativamente più basso nel turismo all'aria aperta, a conferma della maggiore attenzione posta da questa tipologia di clienti al costo della vacanza.

Graf. 11 La soddisfazione per la vacanza in Italia - Anno 2006



Fonte: UIC

In sintesi, l'immagine del turista straniero all'aria aperta che emerge dall'analisi dei dati prodotti dall'Ufficio Italiano Cambi è quella di un turista con minori disponibilità economiche o comunque meno propenso a spendere e dunque più attento all'aspetto economico della vacanza. È un turista che organizza il proprio viaggio in maniera indipendente, trascorre le vacanze prevalentemente al mare, preferendo in Italia le regioni del Nord e del Centro.

E forse è proprio da queste sue caratteristiche che deriva la situazione di difficoltà che sta interessando in questi ultimi anni il mercato estero del turismo all'aria aperta in Italia, soprattutto quello che opta per la formula del campeggio, anche libero.

Quelle evidenziate sono, infatti, tutte caratteristiche che rendono il comparto maggiormente vulnerabile, rispetto agli altri, alla concorrenza dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo, sia di quelli turisticamente più maturi, ma in ottima salute, come la Spagna, sia di quelli emergenti come la Croazia, la Turchia, la Tunisia, il Marocco, ma anche l'Egitto se pensiamo all'area del Mar Rosso.

Specialmente questi ultimi si posizionano, infatti, in termini molto concorrenziali nei confronti dell'Italia, soprattutto per quanto riguarda l'offerta balneare che, come abbiamo visto, rappresenta per i viaggiatori stranieri all'aria aperta la principale motivazione al viaggio. Hanno tutti coste incantevoli e mari bellissimi (spesso meno inquinati di quelli che lambiscono l'Italia) che offrono a prezzi assai più competitivi di quelli italiani e con standard di qualità che ormai non hanno più nulla da invidiare a quelli delle mete turistiche di più consolidata tradizione turistica.

A tale proposito è interessante citare i risultati di un'indagine sull'attrattività dell'Italia, commissionata dalla Direzione generale per il Turismo e realizzata nel corso del 2004¹¹, dalla quale emerge come gli stranieri valutino la qualità del mare e la bellezza delle coste di Grecia e Spagna in termini più lusinghieri di quanto non facciano nei confronti del mare e delle coste dell'Italia. Da questa stessa indagine emerge, inoltre, la forte attrattiva nei confronti di tedeschi e olandesi, e cioè dei clienti che più di altri fruiscono dell'ospitalità dei campeggi italiani, esercitata dalla Turchia, considerata più competitiva dell'Italia in quanto offre un ottimo rapporto qualità/prezzo.

È d'altronde un fatto che il turismo balneare in Italia abbia subito negli ultimi anni un calo e che, quindi, a risentirne maggiormente sia il comparto che più di altri si posiziona all'interno di tale segmento.

Meno vulnerabile alla concorrenza estera e dunque più "in salute" appare invece l'offerta culturale dell'Italia, sempre nettamente al primo posto nelle valutazioni degli stranieri e che, infatti, continua ad essere il motore trainante del turismo italiano, consentendo una maggiore stabilità (o quanto meno una minore fragilità) a quei comparti in cui la quota di clientela motivata da interessi artistici e culturali è più rilevante.

¹¹ Doxa, Mercury, Touring Club, "L'Italia vista dagli altri – Indagine sull'attrattività turistica delle regioni obiettivo 1 in Italia e all'estero".

II. L'OFFERTA DI CAMPEGGI E VILLAGGI TURISTICI IN ITALIA

di Stefania Berardi

1. La consistenza delle strutture del turismo all'aria aperta

Secondo i dati provvisori dell'indagine Istat sulla consistenza degli esercizi alberghieri e complementari, in Italia nel 2006 è presente un'offerta di 2.510 campeggi e villaggi turistici con una dotazione di 1.358.029 posti letto. Il comparto del turismo all'aria aperta possiede dunque il 30,2% dell'offerta ricettiva italiana in termini di posti letto: si tratta del peso più consistente dopo quello degli esercizi alberghieri e nettamente superiore a quello delle altre tipologie "ufficiali" di ricettività complementare.

Rispetto al 2005 il numero di esercizi è aumentato del 4,1% e quello dei letti dell'1%.

Tab. 1. Capacità degli esercizi ricettivi per categoria e tipo di esercizio

TIPI DI ESERCIZIO	2006*			2005				Var. % 2006/05	
	Numero	Letti	%	Numero	%	Letti	%	N.	Letti
ESERCIZI ALBERGHIERI	33.768	2.086.942	46,4	33.527	25,8	2.028.452	46,6	0,7	2,9
	n.d.							n.d.	
ESERCIZI COMPLEMENTARI		2.412.729	53,6	96.409	74,2	2.322.081	53,4		3,9
Campeggi e villaggi turistici	2.510	1.358.029	30,2	2.411	1,9	1.344.242	30,9	4,1	1,0
Alloggi in affitto	n.d.	606.481	13,5	68.385	52,6	594.078	13,7	n.d.	2,1
Alloggi agro-turistici	n.d.	155.107	3,4	11.758	9,0	139.954	3,2	n.d.	10,8
Altri esercizi	n.d.	293.112	6,5	13.855	10,7	243.807	5,6	n.d.	20,2
TOTALE ESERCIZI	n.d.	4.499.671	100,0	129.936	100,0	4.350.533	100,0	n.d.	3,4

Fonte: Istat

*dati provvisori

L'analisi della distribuzione degli esercizi tra le varie regioni mostra come nel 2006, in Veneto sia concentrato il maggior numero di strutture, ben 243, che rappresentano il 9,7% dell'offerta nazionale; a seguire troviamo la Toscana e la Puglia rispettivamente con 235 e 215 esercizi.

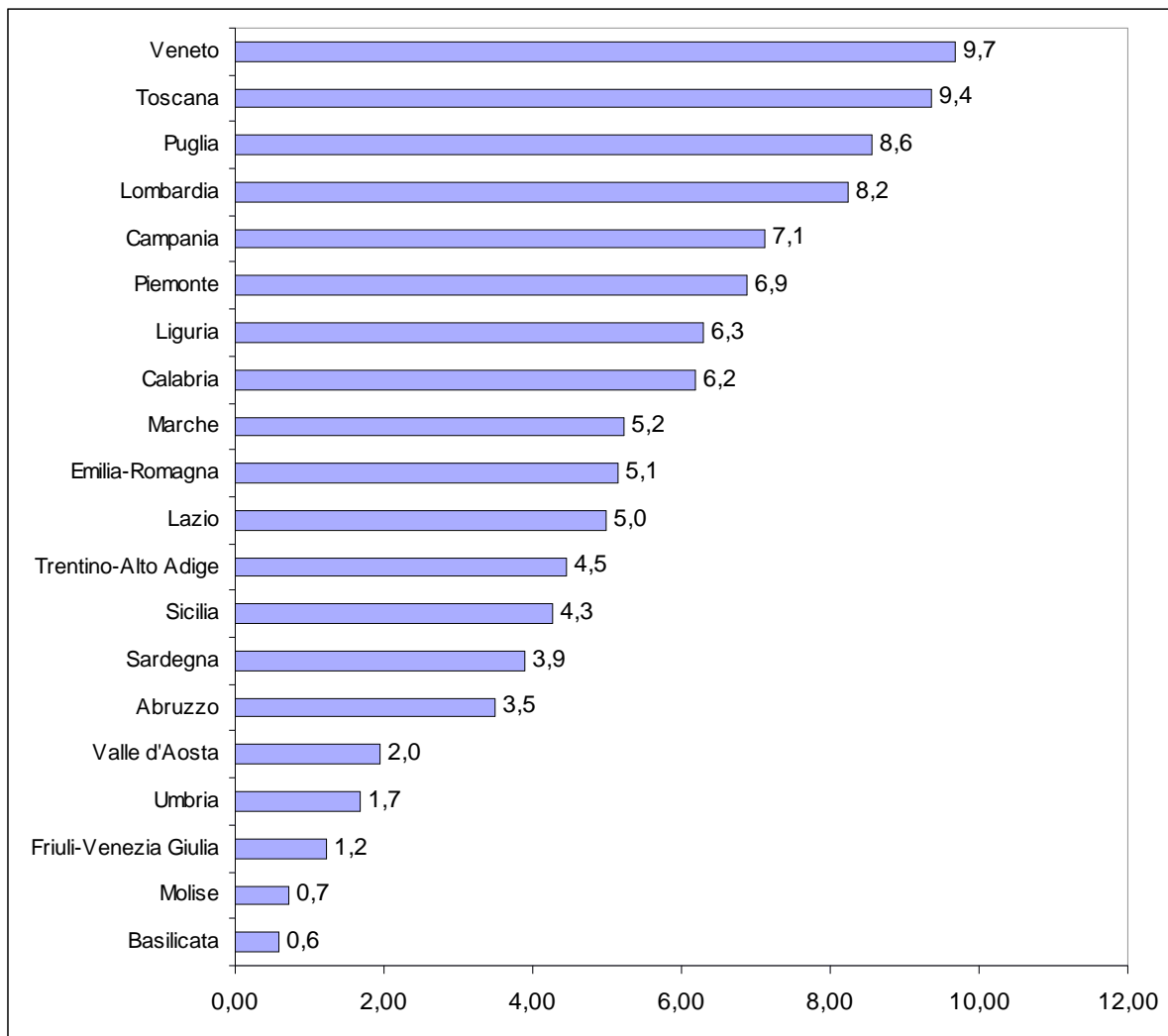
Tab. 2. Consistenza di campeggi e villaggi turistici per regione

Regioni	2006		2005	
	<i>posti letto</i>	<i>esercizi</i>	<i>posti letto</i>	<i>esercizi</i>
Piemonte	51.957	173	52.866	172
Valle d'Aosta	16.295	49	16.295	49
Lombardia	100.469	207	85.292	207
Trentino-Alto Adige	40.971	112	40.557	109
Veneto	211.035	243	216.216	184
Friuli-Venezia Giulia	30.586	31	30.414	32
Liguria	60.830	158	61.504	160
Emilia-Romagna	89.285	129	86.812	107
Toscana	173.698	235	169.958	232
Umbria	12.909	42	13.259	41
Marche	59.718	131	59.898	132
Lazio	81.437	125	78.989	126
Abruzzo	44.043	88	44.633	87
Molise	5.504	18	5.244	17
Campania	67.097	179	66.759	177
Puglia	102.400	215	104.061	208
Basilicata	9.924	15	9.615	16
Calabria	93.050	155	95.593	157
Sicilia	40.056	107	41.187	107
Sardegna	66.765	98	65.090	91

Regioni	2006		2005	
	<i>posti letto</i>	<i>esercizi</i>	<i>posti letto</i>	<i>esercizi</i>
ITALIA	1.358.029	2.510	1.344.242	2.411
NORD EST	371.877	515	373.999	432
NORD OVEST	229.551	587	215.957	588
CENTRO	327.762	533	322.104	531
SUD ED ISOLE	428.839	875	432.182	860

Fonte: Istat

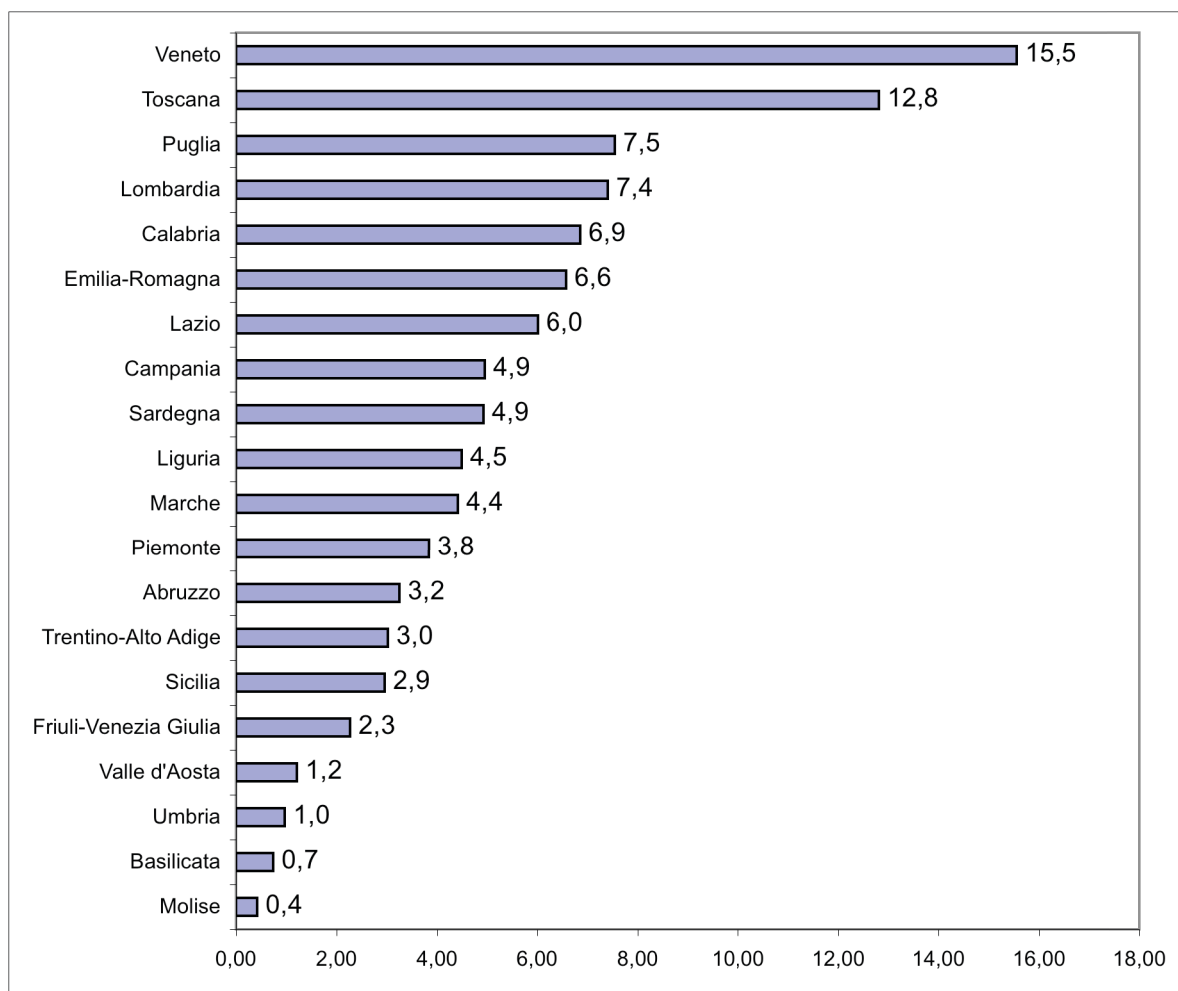
Graf. 1. Distribuzione dei campeggi e villaggi turistici per regione. Anno 2006



Fonte: Istat

La situazione si presenta invariata tenendo conto dei posti letto disponibili; troviamo infatti al primo posto tra le regioni, il Veneto nel quale sono presenti il 15,5% dei posti letto, seguito dalla Toscana (12,8%), dalla Puglia (7,5%) e dalla Lombardia (7,4%). Tra le regioni con una minore dotazione di posti letto troviamo l'Umbria (0,95%), la Basilicata (0,73%) e il Molise (0,41%) con un'offerta che risulta inferiore all'1% del totale nazionale.

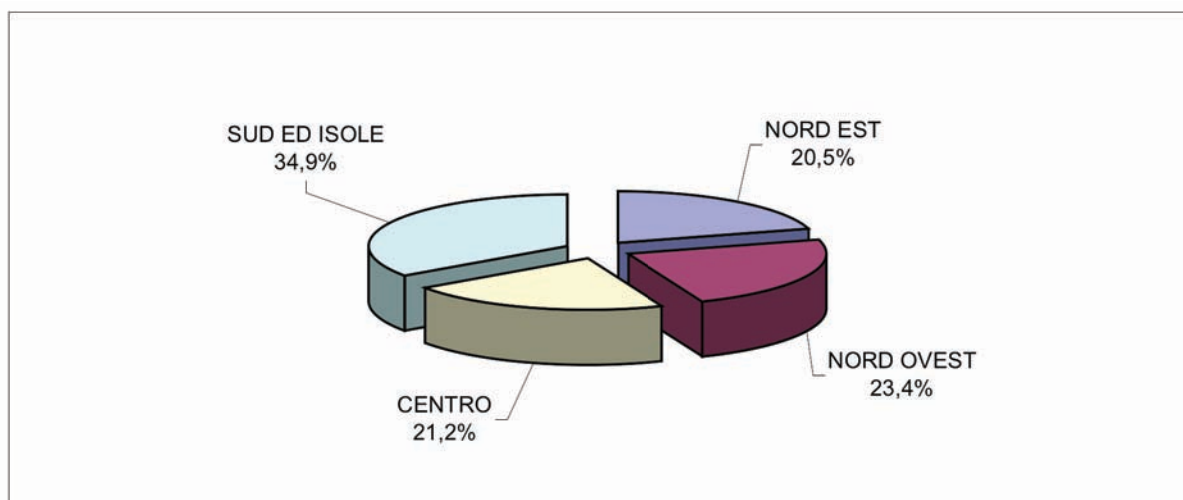
Graf. 2. Distribuzione dei posti letto nei campeggi e villaggi turistici per regione. Anno 2006



Fonte: Istat

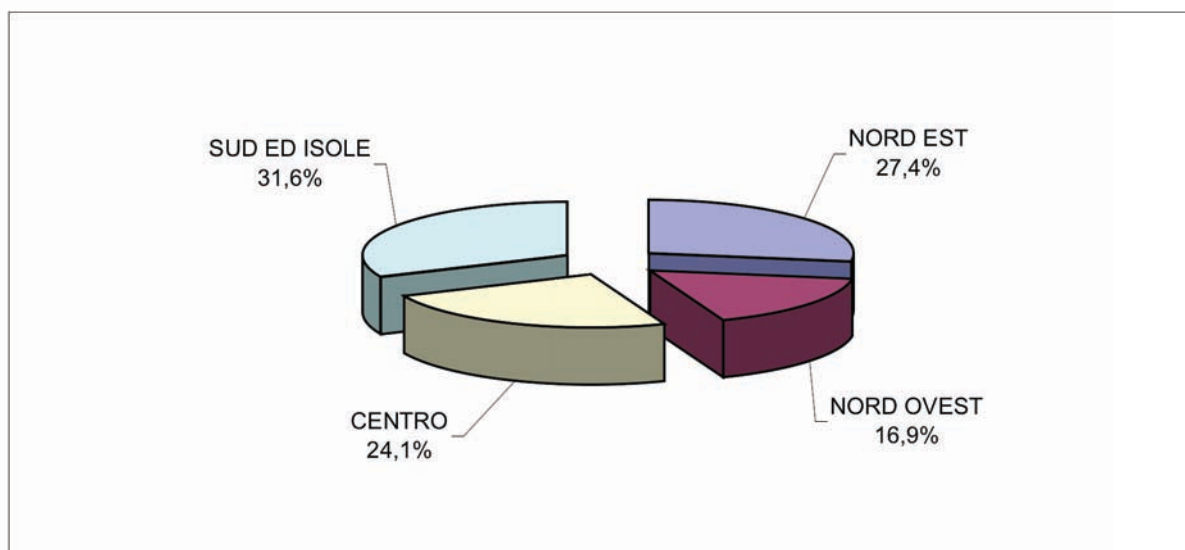
A livello di *macro aree* possiamo vedere come il 20,5% dei campeggi e villaggi turistici sia situato nelle regioni del Nord Est, il 23,4% in quelle del Nord Ovest, il 34,9% in quelle del Sud e le Isole ed il restante 21,2% nelle regioni del Centro Italia. In parte modificata appare la distribuzione dei posti letto nelle strutture nelle aree considerate; in particolare risulta più elevata la dotazione nelle regioni del Nord Est (27,4%) e in quelle del Centro (24,1%), mentre si riduce il peso della capacità ricettiva del Nord Ovest (16,9%) e del Sud e le Isole (31,6%).

Graf. 3. Distribuzione dei campeggi e villaggi turistici per macro-area. Anno 2006



Fonte: Istat

Graf. 4. Distribuzione dei posti letto nei campeggi e villaggi turistici per macro-area. Anno 2006



Fonte: Istat

Nel corso del periodo dal 1995 al 2006 la posizione delle regioni in termini di dotazione di posti letto è rimasta abbastanza stabile, così come emerge dalla Tab. 3. Minime risultano le variazioni nella graduatoria stilata, soprattutto nell'ultimo anno di rilevazione: soltanto il Trentino Alto Adige è passato dal 15° al 14° posto.

Tab. 3. Graduatoria delle regioni in termini di posti letto nel periodo 1995-2006

Regioni	2006	2005	2000	1995
Veneto	1	1	1	1
Toscana	2	2	2	2
Puglia	3	3	4	3
Lombardia	4	6	6	6
Calabria	5	4	3	4
Emilia Romagna	6	5	5	5
Lazio	7	7	7	7
Campania	8	8	8	10
Sardegna	9	9	9	8
Liguria	10	10	10	9
Marche	11	11	11	11
Piemonte	12	12	12	12
Abruzzo	13	13	13	13
Trentino Alto Adige	14	15	15	15
Sicilia	15	14	14	14
Friuli Venezia Giulia	16	16	16	16
Valle d'Aosta	17	17	17	17
Umbria	18	18	18	18
Basilicata	19	19	19	20
Molise	20	20	20	19

Fonte: Istat

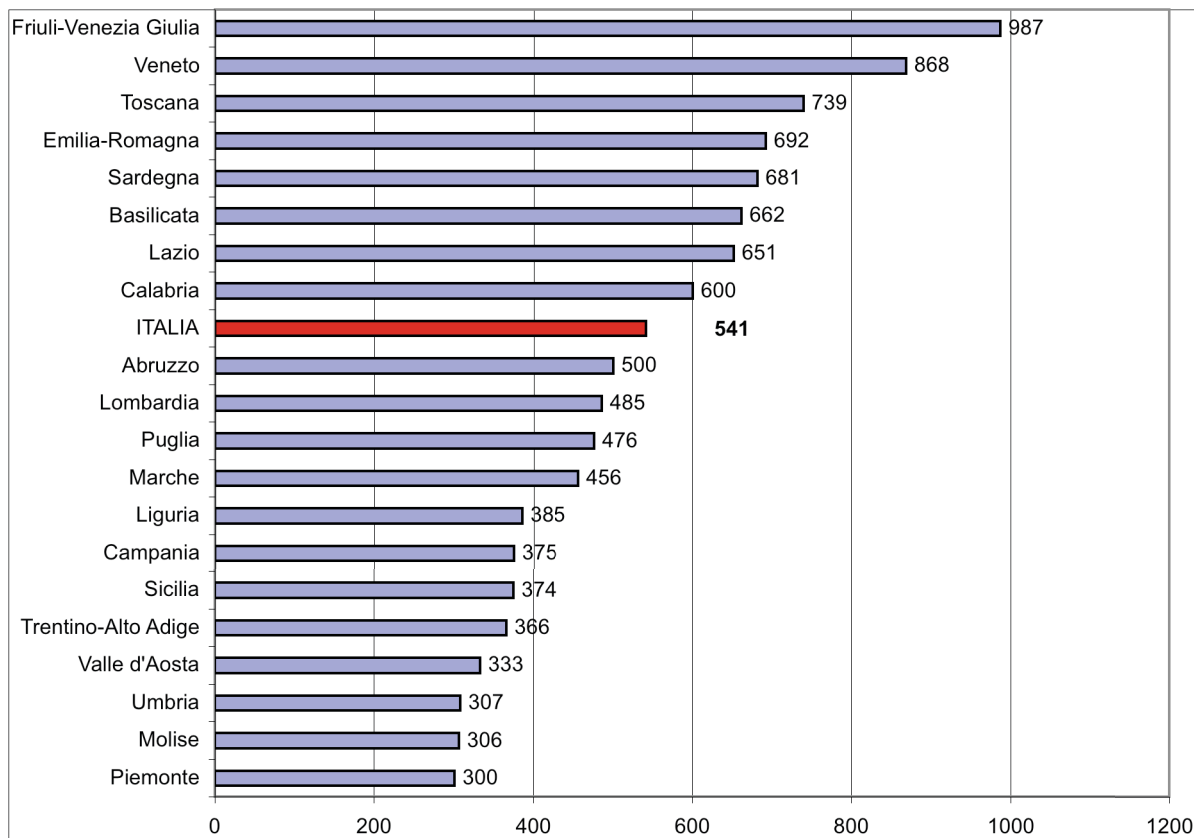
2. La dimensione media delle strutture del turismo all'aria aperta

La dimensione media delle strutture del turismo all'aria aperta a livello nazionale è pari nel 2006 a 541 posti letto per esercizio, valore questo che è rimasto inalterato rispetto al dato registrato nel 1995, nonostante le modificazioni intervenute su base annua. In particolare nell'ultimo anno di rilevazione la dimensione media si è ridotta del -3%. La diminuzione dimensionale delle strutture ha interessato più marcatamente le regioni del Nord Est (-16,6%), mentre più contenuta appare la flessione registrata per i campeggi e villaggi turistici del Sud e le

Isole (-2,6%). Le strutture del Centro Italia fanno invece rilevare un aumento dimensionale del 1,3%.

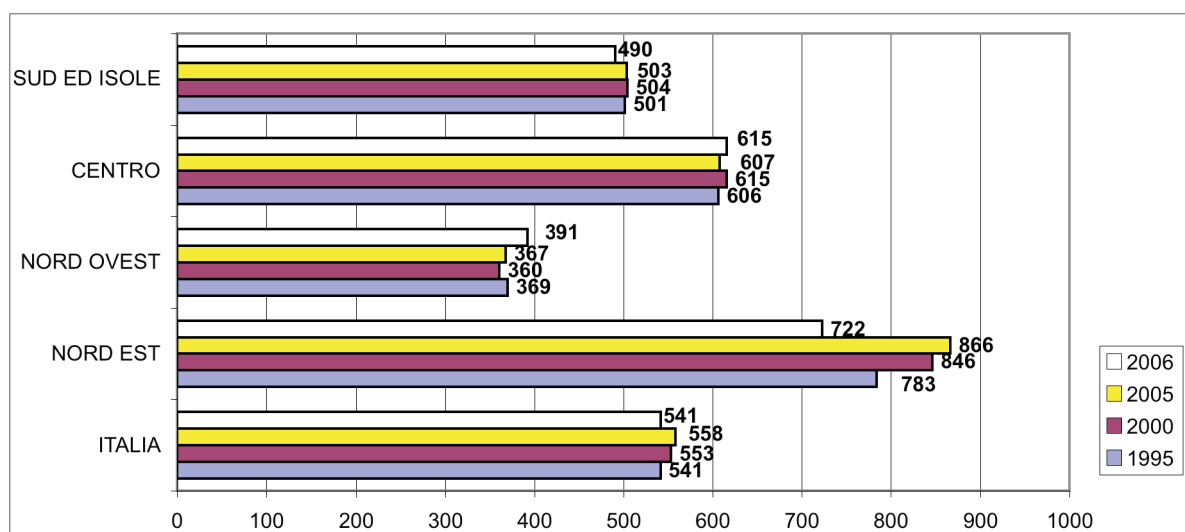
Il panorama che si presenta nel 2006 in termini dimensionali mostra delle situazioni fortemente disomogenee tra le regioni. Si passa, infatti, dai 987 posti letto (pari a 1,8 volte il valore medio nazionale) per le strutture del Friuli Venezia Giulia, ai 300 posti letto del Piemonte. Valori notevolmente al di sopra della media nazionale si riscontrano per il Veneto (868 p. l./esercizio), per la Toscana (739), l'Emilia Romagna (692) e la Sardegna (681).

Graf. 5 – Dimensione media per regione (posti letto/esercizi). Anno 2006



Fonte: Istat

Graf. 6. Dimensione media in Italia e nelle macro-aree. Anni: 1995, 2000, 2005 e 2006



Fonte: Istat

Tab. 4. Dimensione media campeggi e villaggi turistici. Anni 1995, 2000, 2005 e 2006

REGIONI	1995	2000	2005	2006	Var. % D.M. '06/'05	2006 D.M. reg./D.M. naz.
Piemonte	311	306	307	300	-2,3	0,6
Valle d'Aosta	424	424	333	333	0,0	0,6
Lombardia	390	361	412	485	17,7	0,9
Trentino Alto Adige	354	366	372	366	-1,6	0,7
Veneto	982	1101	1175	868	-26,1	1,6
Friuli Venezia Giulia	1052	1008	950	987	3,9	1,8
Liguria	376	390	384	385	0,3	0,7
Emilia Romagna	773	840	811	692	-14,7	1,3
Toscana	707	727	733	739	0,8	1,4
Umbria	332	332	323	307	-5,0	0,6
Marche	487	466	454	456	0,4	0,8
Lazio	640	643	627	651	3,8	1,2
Abruzzo	540	531	513	500	-2,5	0,9
Molise	495	298	308	306	-0,6	0,6
Campania	380	389	377	375	-0,5	0,7
Puglia	558	496	500	476	-4,8	0,9
Basilicata	516	582	601	662	10,1	1,2
Calabria	505	599	609	600	-1,5	1,1
Sicilia	347	358	385	374	-2,9	0,7
Sardegna	735	724	715	681	-4,8	1,3
ITALIA	541	553	558	541	-3,0	1,0
NORD EST	783	846	866	722	-16,6	1,3
NORD OVEST	369	360	367	391	6,5	0,7
CENTRO	606	615	607	615	1,3	1,1
SUD ED ISOLE	501	504	503	490	-2,6	0,9

3. Il posizionamento delle strutture del turismo all'aria aperta nell'offerta ricettiva italiana

Nel 2005 in Italia le strutture campeggistiche e i villaggi turistici rappresentano l'1,9% della complessiva offerta ricettiva, più rilevante risulta invece il peso in termini di posti letto disponibili, pari a circa il 31% dell'offerta nazionale.

Tab. 5. Peso dell'offerta ricettiva nei campeggi e villaggi turistici sull'offerta ricettiva complessiva ¹² (numero esercizi)

REGIONE	Numero esercizi		
	2005	2000	1995
Piemonte	4,3	5,5	5,7
Valle d'Aosta	5,4	6,3	6,6
Lombardia	4,6	5,5	5,5
Trentino Alto Adige	0,8	0,8	1,2
Veneto	0,4	0,4	3,6
Friuli Venezia Giulia	0,3	2,1	2,6
Liguria	4,9	6,9	7,1
Emilia Romagna	1,3	1,3	1,5
Toscana	2,3	3,2	3,9
Umbria	1,4	2,1	3,5
Marche	4,7	0,8	1,0
Lazio	2,2	3,9	5,2
Abruzzo	5,5	6,4	7,1

¹² Il calcolo si riferisce al 2005 in quanto per il 2006 i dati provvisori Istat non forniscono il numero delle strutture ricettive complessive.

REGIONE	Numero esercizi		
	2005	2000	1995
Molise	7,9	10,8	12,1
Campania	6,0	8,0	6,8
Puglia	8,8	14,2	11,9
Basilicata	3,1	3,8	2,9
Calabria	11,8	19,3	22,4
Sicilia	3,6	8,1	8,9
Sardegna	4,8	8,8	9,3
NORD EST	0,5	0,6	1,9
NORD OVEST	4,6	5,9	6,1
CENTRO	2,5	1,8	2,4
SUD ED ISOLE	6,2	10,1	9,8

Fonte: Istat

Tab. 6. Peso dell'offerta ricettiva nei campeggi e villaggi turistici sull'**offerta ricettiva complessiva** (posti letto)

REGIONE	Posti letto			
	2006	2005	2000	1995
Piemonte	30,6	32,3	33,2	34,7
Valle d'Aosta	32,1	32,7	38,8	39,5
Lombardia	32,3	30,2	29,6	32,4
Trentino Alto Adige	10,9	10,8	10,5	11,4
Veneto	29,9	31,9	31,2	45,1
Friuli Venezia Giulia	19,9	19,9	27,1	42,4
Liguria	39,1	39,9	41,8	41,2
Emilia Romagna	20,5	20,6	22,3	22,8
Toscana	36,6	36,8	41,0	44,7
Umbria	16,2	17,3	22,0	29,3
Marche	26,5	26,5	26,5	33,7
Lazio	30,4	30,7	32,0	35,6
Abruzzo	42,6	43,5	44,6	47,2
Molise	41,5	40,9	45,2	60,3
Campania	36,4	37,5	40,8	38,5
Puglia	49,3	51,4	59,5	66,1
Basilicata	27,4	32,3	36,8	43,3
Calabria	48,7	50,3	62,9	63,0
Sicilia	23,1	24,9	32,2	33,9
Sardegna	36,1	38,1	45,3	49,7
ITALIA	30,2	30,9	33,6	37,9
NORD EST	22,3	23,0	23,6	28,7
NORD OVEST	33,4	33,3	34,4	35,9
CENTRO	31,3	31,5	34,1	38,9
SUD ED ISOLE	39,2	41,1	48,7	51,0

Fonte: Istat

Nel 2006 nei campeggi e villaggi turistici, secondo i dati provvisori Istat, sono presenti il 30,2% dei posti letto disponibili a livello nazionale. L'esame del sistema dell'offerta ricettiva a livello regionale mette in rilievo come, nelle regioni del Sud e nelle Isole, la presenza di posti letto nelle strutture del turismo all'aria aperta assuma un peso maggiore (39,2%) che non nelle altre macro-aree. Le favorevoli condizioni climatiche presenti nelle regioni del Mezzogiorno e la forte presenza di turismo di tipo balneare possono certamente dare spiegazione di tale dato. Tra queste regioni va sottolineata la rilevanza della ricettività nei campeggi soprattutto in Puglia (49,3%) ed in Calabria (48,7%), dove tale offerta costituisce circa la metà della complessiva ricettività disponibile.

L'importanza della ricettività nei campeggi e villaggi turistici si rende ancor più evidente se messa in relazione con l'offerta del comparto extralberghiero. In questo caso vediamo che i posti letto nelle strutture del turismo *en plein air* rappresentano ben oltre la metà della capacità ricettiva

extralberghiera in parecchie regioni non solo del Sud e le isole, (da notare il dato della Calabria dove tale offerta costituisce il 90,7% della ricettività extralberghiera), ma anche del resto del Paese.

Tab. 7. Peso dell'offerta ricettiva nei campeggi e villaggi turistici sull'**offerta ricettiva extralberghiera** (posti letto)

REGIONE	Posti letto			
	2006	2005	2000	1995
Piemonte	55,1	58,2	63,2	66,9
Valle d'Aosta	60,2	62,5	69,6	67,0
Lombardia	75,2	74,6	77,1	80,6
Trentino Alto Adige	31,1	31,0	30,4	44,2
Veneto	41,2	44,6	44,0	80,2
Friuli Venezia Giulia	26,4	26,4	40,4	81,0
Liguria	72,5	75,7	85,3	90,3
Emilia Romagna	64,6	63,9	71,4	75,1
Toscana	59,7	60,7	69,8	76,8
Umbria	25,1	27,2	38,0	60,0
Marche	36,3	36,4	37,3	50,4
Lazio	68,0	69,1	78,9	87,1
Abruzzo	82,7	83,4	88,2	88,7
Molise	75,3	76,0	84,4	97,0
Campania	82,3	85,0	88,8	89,1
Puglia	76,3	78,2	87,0	93,2
Basilicata	66,4	72,3	70,5	89,5
Calabria	90,7	91,9	97,3	97,5
Sicilia	60,8	65,1	84,1	88,7
Sardegna	74,0	79,2	92,4	96,8
ITALIA	56,3	57,9	63,9	78,9
NORD EST	41,4	43,1	45,7	72,6
NORD OVEST	67,7	69,1	74,7	77,9
CENTRO	52,3	53,0	59,9	70,4
SUD ED ISOLE	78,0	80,8	89,9	93,2

Fonte: Istat

Tab. 8. Peso dell'offerta ricettiva nei campeggi e villaggi turistici sull'**offerta ricettiva extralberghiera** (numero esercizi)

REGIONE	Numero esercizi		
	2005	2000	1995
Piemonte	6,9	11,9	14,1
Valle d'Aosta	11,7	17,8	18,0
Lombardia	12,8	24,9	28,1
Trentino Alto Adige	1,6	1,6	4,8
Veneto	0,4	0,4	10,0
Friuli Venezia Giulia	0,4	4,4	7,8
Liguria	9,7	29,7	48,7
Emilia Romagna	3,1	4,0	5,6
Toscana	3,4	5,4	8,6
Umbria	1,7	3,0	6,2
Lazio	3,2	10,5	31,6
Abruzzo	11,4	17,3	19,6
Molise	15,6	27,7	48,4
Campania	12,5	22,8	18,0
Puglia	13,7	26,6	19,2
Basilicata	5,4	7,2	5,4
Calabria	27,7	59,7	80,7
Sicilia	5,7	21,2	26,1

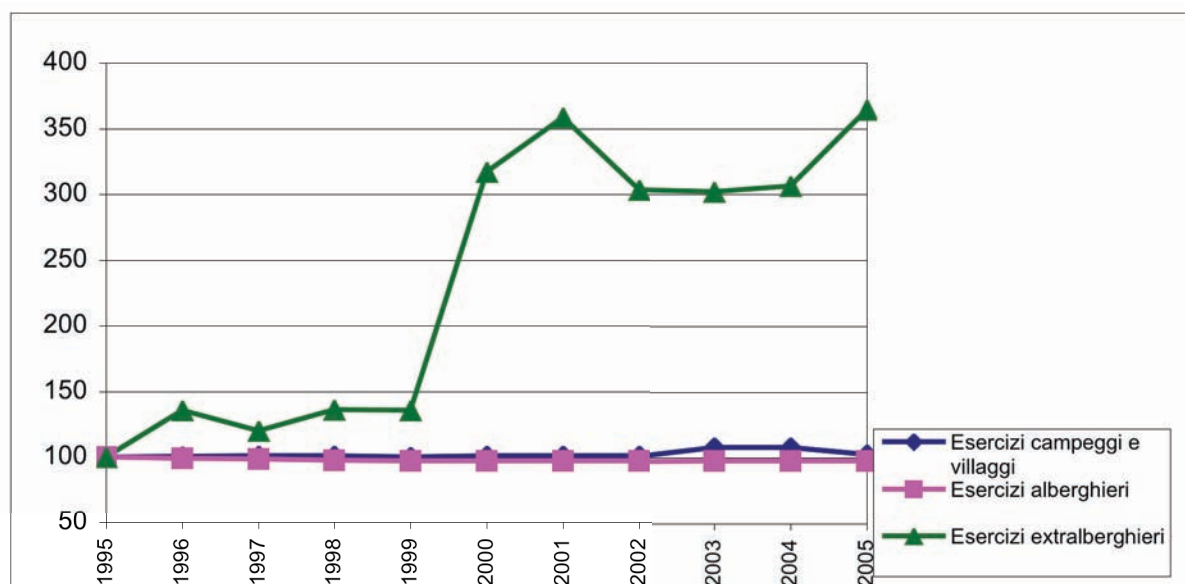
REGIONE	Numero esercizi		
	2005	2000	1995
Sardegna	8,2	25,4	29,6
ITALIA	2,5	2,8	8,9
NORD EST	0,6	0,7	6,8
NORD OVEST	9,5	19,4	23,6
CENTRO	3,5	2,4	3,4
SUD ED ISOLE	11,2	25,5	24,1

Fonte: Istat

4. Le dinamiche dell'offerta nei campeggi e villaggi turistici

L'evoluzione che ha interessato le strutture per il turismo all'aria aperta nel periodo dal 1995 al 2006 può essere messa in relazione con lo sviluppo del settore della ricettività extralberghiera e della ricettività complessivamente intesa, alberghiera ed extralberghiera.

Graf. 7. Evoluzione del numero degli esercizi nel comparto alberghiero, extralberghiero e dei campeggi e villaggi turistici. Anni 1995-2005. N. Indice 1995 = 100



Fonte: Istat

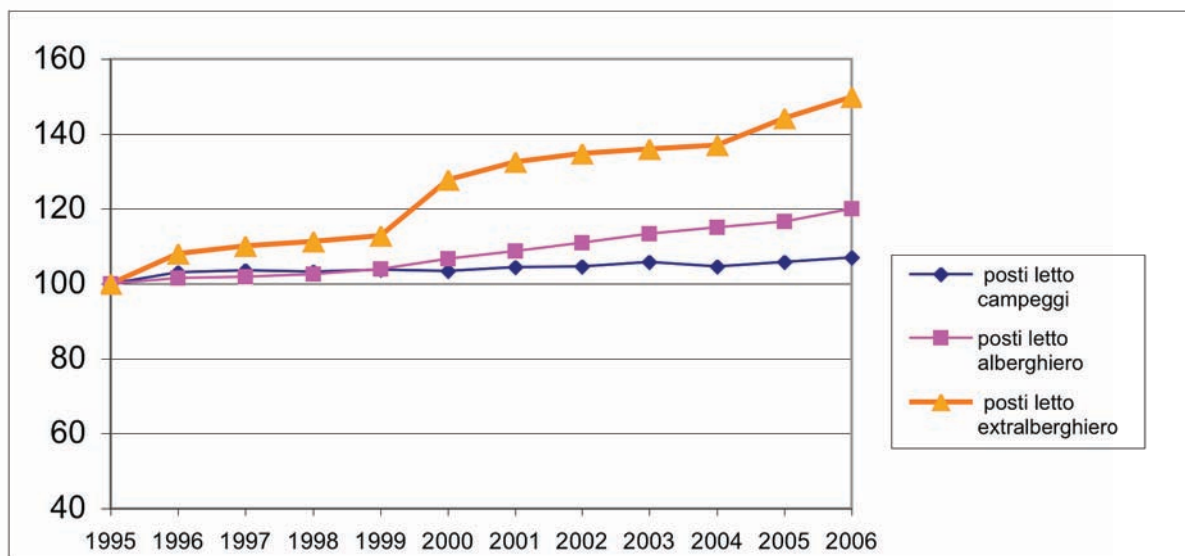
L'analisi condotta con riferimento al periodo 1995-2005¹³ mette in evidenza come l'incremento, piuttosto costante negli anni, che ha interessato il numero dei campeggi e villaggi turistici (+2,8%) risulti molto modesto se messo in relazione con l'aumento registrato nel complesso degli esercizi extralberghieri (+264,5%). Va tuttavia precisato come tale crescita esponenziale registratasi a partire dal 2000 sia da attribuirsi più a motivazioni di carattere statistico che ad un reale incremento della consistenza degli esercizi¹⁴. Diversa è la situazione per quanto concerne il comparto alberghiero dove si rileva, nel periodo in esame, una progressiva riduzione annua del numero delle strutture, che nel complesso ammonta al -2,2%.

La dinamica che ha interessato la dotazione di posti letto nei diversi comparti, così come emerge dalla Graf. 8, mostra andamenti crescenti sia per i campeggi e villaggi turistici, che per il settore alberghiero ed extralberghiero. Nell'arco temporale dal 1995 al 2006 la capacità ricettiva è aumentata nelle strutture del turismo all'aria aperta circa del 7%, a fronte di un incremento molto più sostenuto nel settore alberghiero (20%) ed in quello extralberghiero (50%).

¹³ L'analisi si limita al 2005 in quanto, come già ricordato, i dati Istat provvisori non forniscono il valore complessivo degli esercizi complementari.

¹⁴ A partire dall'anno 2000 infatti, molte regioni hanno affinato i metodi di rilevazione statistica degli alloggi privati, facendo in tal modo emergere una consistente quota del c. d. "sommerso".

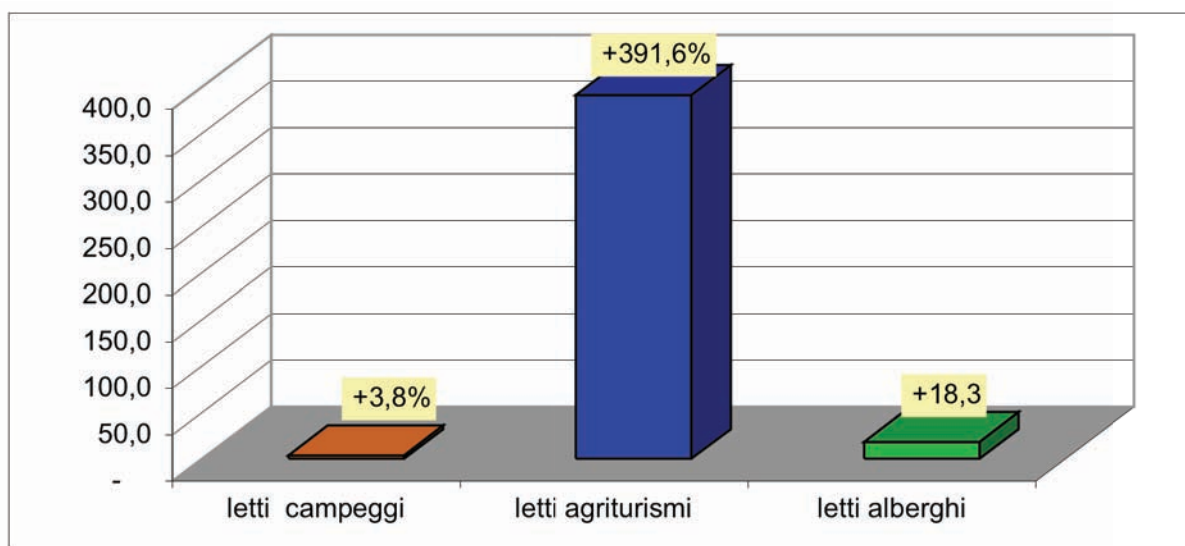
Graf. 8. Evoluzione dei *posti letto* nei campeggi e villaggi turisti, nel settore alberghiero ed extralberghiero. Anni 1995-2006. N. Indice 1995=100



Fonte: Istat

La contestualizzazione dell'evoluzione delle strutture del turismo all'aria aperta nel panorama dell'offerta ricettiva nazionale ci porta a considerare nel dettaglio anche lo sviluppo che nello stesso periodo ha interessato gli *alloggi agrituristici*. Si tratta, infatti, di una forma di ricettività che prevede anch'essa un forte contatto con la natura e che quindi, sotto certi aspetti, potrebbe intendersi come un possibile sostituto della ricettività nei campeggi e villaggi turistici. Nel periodo di rilevazione dal 1996 al 2006 l'offerta di strutture agrituristiche è cresciuta in modo molto rilevante, tanto che nell'ultimo anno si registrano 155.107 posti letto, con un incremento rispetto al 1996 del 391,6%. Anche considerando il medio e breve periodo, si osservano andamenti di crescita della capacità ricettiva molto consistenti e di gran lunga superiori ai valori rilevati per i campeggi e villaggi turistici e per il settore alberghiero.

Graf. 9. Variazione percentuale di lungo periodo dei posti letto nei campeggi, negli agriturismi e negli alberghi. 2006/1996



Fonte: Istat

I dati proposti nelle Tab. 9 e 10 ci consentono di analizzare la situazione evolutiva dei campeggi e villaggi turistici con riferimento alle diverse realtà regionali.

Nell'intero periodo di rilevazione gli esercizi nelle regioni del Nord Est sono aumentati in misura pari al 20,9% circa, a fronte di un dato medio nazionale che evidenzia, nel lungo termine, un incremento del 7%. Più contenuto risulta l'aumento registrato nelle regioni del Centro (+10,6%) e soprattutto in quelle del Nord Ovest (+2,4%) e del Sud e le isole (+1,2%). Con

riferimento al Mezzogiorno, degno di nota appare il dato della Calabria, dove i campeggi e villaggi turistici sono diminuiti del 23% circa.

La dinamica positiva a livello nazionale che emerge dai dati di lungo periodo risulta confermata anche nell'ultimo anno di rilevazione, da cui si evince un aumento delle strutture del 4,1%, con valori molto superiori, anche in questo caso, per le regioni del Nord Est (+19,2%). Il Centro ed il Sud e le isole mostrano invece una crescita molto limitata (rispettivamente +0,4% e +1,7%), mentre nell'area del Nord Ovest si registra una leggera flessione degli esercizi (-0,2%).

Le variazioni intervenute nel lungo termine nella dotazione di posti letto mostrano a livello nazionale un incremento perfettamente in linea con quello che si è registrato per il numero degli esercizi (+7%). Valori superiori si riscontrano nelle regioni del Centro (+12,2%), in quelle del Nord Est (+11,5%) ed, anche se di poco, in quelle del Nord Ovest (+8,7%). Il Sud e le isole fanno invece registrare un decremento dei posti letto (-0,9%), dovuto soprattutto al dato del Molise (-25,8%) e della Calabria (-8,3%).

Tab. 9. Tassi di crescita regionali dei campeggi e villaggi turistici di breve, medio e lungo termine

REGIONI	NUMERO ESERCIZI		
	var % '06/'05	var % '06/'00	var%'06/'95
Piemonte	0,58	13,07	16,11
Valle d'Aosta	0,00	2,08	-7,55
Lombardia	0,00	2,99	1,47
Veneto	32,07	33,52	30,65
Friuli Venezia Giulia	-3,13	6,90	3,33
Liguria	-1,25	-1,86	-5,39
Emilia Romagna	20,56	26,47	20,56
Toscana	1,29	4,44	9,81
Umbria	2,44	7,69	5,00
Marche	-0,76	12,93	8,26
Lazio	-0,79	13,64	16,82
Abruzzo	1,15	11,39	4,76
Molise	5,88	0,00	20,00
Campania	1,13	4,07	14,74
Puglia	3,37	-0,92	8,59
Basilicata	-6,25	-6,25	7,14
Calabria	-1,27	-21,32	-22,89
Sicilia	0,00	-6,14	-3,60
Sardegna	7,69	6,52	13,95
ITALIA	4,11	5,64	6,99
NORD EST	19,21	23,21	20,89
NORD OVEST	-0,17	4,26	2,44
CENTRO	0,38	8,78	10,58
SUD ED ISOLE	1,74	-3,31	1,16

Fonte: Istat

Tab. 10. Tassi di crescita regionali dei posti letto nei campeggi e villaggi turistici di breve, medio e lungo periodo

REGIONI	NUMERO LETTI		
	var % '06/'05	var % '06/'00	var%'06/'95
Piemonte	-1,72	11,15	12,07
Valle d'Aosta	0,00	-20,02	-27,46
Lombardia	17,79	38,45	26,22
Trentino Alto Adige	1,02	6,51	12,35
Veneto	-2,40	5,36	15,51
Friuli Venezia Giulia	0,57	4,64	-3,07
Liguria	-1,10	-3,14	-3,05
Emilia Romagna	2,85	4,20	7,95
Toscana	2,20	6,17	14,79
Umbria	-2,64	-0,29	-2,90

REGIONI	NUMERO LETTI		
	var % '06/'05	var % '06/'00	var%'06/'95
Marche	-0,30	10,49	1,30
Lazio	3,10	15,18	18,97
Abruzzo	-1,32	5,08	-2,87
Molise	4,96	2,72	-25,87
Campania	0,51	0,40	13,05
Puglia	-1,60	-4,95	-7,25
Basilicata	3,21	6,60	37,41
Calabria	-2,66	-21,14	-8,36
Sicilia	-2,75	-1,73	4,12
Sardegna	2,57	0,19	5,61
ITALIA	1,03	3,35	6,97
NORD EST	-0,57	5,14	11,53
NORD OVEST	6,29	13,37	8,71
CENTRO	1,76	8,78	12,24
SUD ED ISOLE	-0,77	-6,07	-0,95

Fonte: Istat

5. L'offerta di turismo all'aria aperta nelle province italiane

La situazione dell'offerta di campeggi e villaggi turistici relativa alle diverse province del Paese nel 2005¹⁵ evidenzia delle realtà molto disomogenee. La provincia nella quale è presente la maggior offerta è Venezia con 78 esercizi e 131.507 letti, il 9,7% della ricettività all'aria aperta; a seguire troviamo con un notevole distacco Foggia con 158 strutture e 66.018 posti letto (il 5% della ricettività totale nei campeggi), e Livorno con una dotazione di 68 campeggi e 57.300 letti (il 4,2% del totale). Nella parte conclusiva della graduatoria delle province italiane sono presenti alcune realtà, quali Lodi, Mantova, Prato, Benevento e Avellino, dove non ci sono campeggi e villaggi turistici. Il quadro che emerge evidenzia diverse province nelle quali la ricettività nei campeggi costituisce oltre il 60 % del complessivo patrimonio ricettivo provinciale. Tra queste possiamo menzionare Foggia (68,1%), Latina (68%), Massa Carrara (68,4%), insieme a Lecco (63,4%), Viterbo (63,7%), Reggio Calabria (62,1%), Grosseto (61,7%) e Novara (60,5%).

A fronte di un incremento dell'offerta di turismo all'aria aperta registrato in campo nazionale nel medio periodo (2000-'05) dell'ordine del 2,3% per i posti letto e del 1,5% per il numero degli esercizi, si rilevano in alcune province dei valori di gran lunga superiori alla media nazionale. Tra queste sono da segnalare i tassi di crescita della provincia di Potenza (+927,5%), Reggio Emilia (+666%), Pavia (+ 200%), Lecco (+195,9%) e Caltanissetta (+134%). All'opposto, un processo di contrazione dell'offerta è rilevabile in diverse realtà soprattutto del Sud e le Isole. In particolare, si registra una riduzione dell'84,7% dei posti letto nella provincia di Enna, del 53,5% a Rieti, del 31,2% a Catanzaro, del 26,2% a Catania, del 26,5% a Bari, solo per citare i valori più elevati.

La *dimensione media* dei campeggi e villaggi turistici in Italia pari nel 2005 a 558 posti letto per esercizio, su base provinciale presenta valori superiori a tale dato in oltre 30 realtà. Tra queste il valore più elevato si registra a Rovigo dove raggiunge le 1820 unità per esercizio, seguito da Ferrara (1741) e da Venezia (1686). All'ultimo posto della graduatoria si colloca Enna con una dimensione media pari a 11 letti/esercizio.

Nel decennio dal 1995 al 2005 le realtà che hanno manifestato una maggiore dinamicità in termini positivi sono rinvenibili soprattutto nelle regioni del Mezzogiorno (Caltanissetta, Crotone, Caserta, Ragusa) oltre ad altre province del Nord, quali Varese, Treviso, Bologna e Piacenza. Variazioni particolarmente negative hanno invece interessato la dimensione media dei campeggi e villaggi turistici delle province di Pescara, Pordenone, Campobasso e Frosinone, solo per ricordare i valori più eclatanti.

¹⁵ L'analisi si limita al 2005 in quanto i dati provvisori Istat 2006 non forniscono la disaggregazione a livello provinciale.

Tab. 11. La ripartizione dell'offerta di campeggi e villaggi turistici per provincia. 2005

Provincia	Numero	Letti	Var. % 2005/00	
			Numero	Letti
Torino	39	10.330	5,4	-4,6
Vercelli	8	1.423	60,0	23,2
Biella	8	2.325	-11,1	-6,2
Verbano-Cusio-Ossola	50	20.325	28,2	35,3
Novara	22	9.111	0,0	0,2
Cuneo	34	7.557	3,0	18,3
Asti	4	820	33,3	9,3
Alessandria	7	975	40,0	-5,3
Aosta	49	16295	2,1	-20,0
Varese	14	6.745	-	42,1
Como	48	13.957	2,1	6,5
Lecco	20	7.641	-9,1	195,9
Sondrio	15	2.386	50,0	28,1
Milano	2	1.332	0,0	26,6
Bergamo	14	7.188	7,7	24,3
Brescia	91	44.890	1,1	4,5
Pavia	2	930	0,0	200,0
Lodi	0	0	0,0	n. c.
Cremona	1	223	0,0	23,9
Mantova	0	0	0,0	n. c.
<i>Bolzano-Bozen</i>	40	11.759	8,1	17,5
Trento	69	28.798	1,5	8,1
Verona	63	56.265	-1,6	4,4
Vicenza	7	1.766	0,0	5,4
Belluno	26	12.565	4,0	-0,2
Treviso	2	616	0,0	62,1
Venezia	78	131.507	1,3	11,3
Padova	1	756	0,0	0,0
Rovigo	7	12.741	16,7	4,8
Pordenone	2	440	0,0	0,0
Udine	15	14.562	15,4	8,4
Gorizia	8	11.981	14,3	1,6
Trieste	7	3.431	0,0	-3,9
Imperia	38	11.828	0,0	-0,1
Savona	67	26.690	1,5	-1,7
Genova	31	13.554	0,0	-1,9
La Spezia	24	9.432	-7,7	-5,6
Piacenza	7	2.000	0,0	37,9
Parma	8	2.237	14,3	20,4
Reggio Emilia	5	1.854	400,0	666,1
Modena	17	4.209	13,3	-2,7
Bologna	9	3.489	-25,0	-8,4
Ferrara	12	20.896	20,0	8,0
Ravenna	20	25.891	0,0	-1,4
Forlì-Cesena	17	11.974	6,3	-6,0
Rimini	12	14.262	-14,3	-8,9
Massa-Carrara	39	22.224	-2,5	-1,8

Provincia	Numero	Letti	Var. % 2005/00	
			Numero	Letti
Lucca	15	15.019	0,0	-3,2
Pistoia	7	2.860	-12,5	20,4
Firenze	18	8.279	-5,3	5,1
Prato	0	0	0,0	0,0
Livorno	68	57.300	1,5	2,6
Pisa	12	7.760	20,0	10,6
Arezzo	14	2.503	27,3	23,5
Siena	8	4.234	0,0	9,4
Grosseto	51	49.779	8,5	7,1
Perugia	35	11.345	6,1	0,7
Terni	6	1.914	0,0	13,9
Pesaro e Urbino	36	10.978	24,1	14,6
Ancona	39	15.411	25,8	18,3
Macerata	21	8.768	5,0	-7,2
Ascoli Piceno	36	24.741	0,0	12,5
Viterbo	21	17.420	10,5	8,1
Rieti	2	174	0,0	-53,5
Roma	32	31.980	28,0	26,6
Latina	64	27.480	6,7	1,5
Frosinone	7	1.935	75,0	2,9
L'Aquila	17	5.914	21,4	36,7
Teramo	34	25.546	3,0	1,3
Pescara	1	117	0,0	-2,5
Chieti	35	13.056	12,9	6,5
Isernia	1	350	0,0	0,0
Campobasso	16	4.894	-5,9	-2,3
Caserta	4	5.603	-20,0	-9,0
Benevento	0	0	0,0	0,0
Napoli	41	12.994	2,5	-1,0
Avellino	0	0	0,0	0,0
Salerno	132	48.162	3,9	1,3
Foggia	158	66.018	-5,4	-5,4
Bari	8	2.682	-27,3	-26,5
Taranto	10	3.729	11,1	-8,0
Brindisi	9	9.923	0,0	0,9
Lecce	23	21.709	9,5	6,5
Potenza	5	2.055	150,0	927,5
Matera	11	7.560	-21,4	-17,0
Cosenza	46	35.449	-8,0	-11,1
Crotone	20	10.680	-13,0	-17,7
Catanzaro	23	11.230	-30,3	-31,2
Vibo Valentia	44	23.130	-18,5	-16,6
Reggio di Calabria	24	15.104	-35,1	-28,5
Trapani	20	5.958	0,0	2,0
Palermo	16	4.997	0,0	24,0
Messina	28	10.384	3,7	11,8
Agrigento	10	5.934	-28,6	4,3
Caltanissetta	1	468	0,0	134,0
Enna	1	11	-50,0	-84,7

<i>Provincia</i>			Var. % 2005/00	
Catania	12	5.679	-20,0	-26,2
Ragusa	8	4.301	0,0	0,0
Siracusa	11	3.455	0,0	-5,2
Sassari	32	30.390	0,0	-0,8

<i>Provincia</i>			Var. % 2005/00	
Nuoro	31	17.764	-3,1	- 4,4
Oristano	8	4.690	0,0	-10,7
Cagliari	20	12.246	0,0	0,8

Fonte: Istat

Tab. 12. Graduatoria province per numero posti letto. Anno 2005

N.	Provincia	esercizi	letti	% letti
1	Venezia	78	131.507	9,78
2	Foggia	158	66.018	4,91
3	Livorno	68	57.300	4,26
4	Verona	63	56.265	4,19
5	Grosseto	51	49.779	3,70
6	Salerno	132	48.162	3,58
7	Brescia	91	44.890	3,34
8	Cosenza	46	35.449	2,64
9	Roma	32	31.980	2,38
10	Sassari	32	30.390	2,26
11	Trento	69	28.798	2,14
12	Latina	64	27.480	2,04
13	Savona	67	26.690	1,99
14	Ravenna	20	25.891	1,93
15	Teramo	34	25.546	1,90
16	AscoliPiceno	36	24.741	1,84
17	ViboValentia	44	23.130	1,72
18	Massa-Carrara	39	22.224	1,65
19	Lecce	23	21.709	1,61
20	Ferrara	12	20.896	1,55
21	Verbano-Cusio-Ossola	50	20.325	1,51
22	Nuoro	31	17.764	1,32
23	Viterbo	21	17.420	1,30
24	Aosta	49	16295	1,21
25	Ancona	39	15.411	1,15
26	ReggioCalabria	24	15.104	1,12
27	Lucca	15	15.019	1,12
28	Udine	15	14.562	1,08
29	Rimini	12	14.262	1,06
30	Como	48	13.957	1,04
31	Genova	31	13.554	1,01
32	Chieti	35	13.056	0,97
33	Napoli	41	12.994	0,97
34	Rovigo	7	12.741	0,95
35	Belluno	26	12.565	0,93
36	Cagliari	20	12.246	0,91
37	Gorizia	8	11.981	0,89
38	Forlì-Cesena	17	11.974	0,89

N.	Provincia	esercizi	letti	% letti
39	Imperia	38	11.828	0,88
40	Bolzano-Bozen	40	11.759	0,87
41	Perugia	35	11.345	0,84
42	Catanzaro	23	11.230	0,84
43	PesaroUrbino	36	10.978	0,82
44	Crotone	20	10.680	0,79
45	Messina	28	10.384	0,77
46	Torino	39	10.330	0,77
47	Brindisi	9	9.923	0,74
48	LaSpezia	24	9.432	0,70
49	Novara	22	9.111	0,68
50	Macerata	21	8.768	0,65
51	Firenze	18	8.279	0,62
52	Pisa	12	7.760	0,58
53	Lecco	20	7.641	0,57
54	Matera	11	7.560	0,56
55	Cuneo	34	7.557	0,56
56	Bergamo	14	7.188	0,53
57	Varese	14	6.745	0,50
58	Trapani	20	5.958	0,44
59	Agrigento	10	5.934	0,44
60	L'Aquila	17	5.914	0,44
61	Catania	12	5.679	0,42
62	Caserta	4	5.603	0,42
63	Palermo	16	4.997	0,37
64	Campobasso	16	4.894	0,36
65	Oristano	8	4.690	0,35
66	Ragusa	8	4.301	0,32
67	Siena	8	4.234	0,31
68	Modena	17	4.209	0,31
69	Taranto	10	3.729	0,28
70	Bologna	9	3.489	0,26
71	Siracusa	11	3.455	0,26
72	Trieste	7	3.431	0,26
73	Pistoia	7	2.860	0,21
74	Bari	8	2.682	0,20
75	Arezzo	14	2.503	0,19
76	Sondrio	15	2.386	0,18
77	Biella	8	2.325	0,17

N.	Provincia	esercizi	letti	% letti
78	Parma	8	2.237	0,17
79	Potenza	5	2.055	0,15
80	Piacenza	7	2.000	0,15
81	Frosinone	7	1.935	0,14
82	Terni	6	1.914	0,14
83	ReggioEmilia	5	1.854	0,14
84	Vicenza	7	1.766	0,13
85	Vercelli	8	1.423	0,11
86	Milano	2	1.332	0,10
87	Alessandria	7	975	0,07
88	Pavia	2	930	0,07
89	Asti	4	820	0,06
90	Padova	1	756	0,06
91	Treviso	2	616	0,05

N.	Provincia	esercizi	letti	% letti
92	Caltanissetta	1	468	0,03
93	Pordenone	2	440	0,03
94	Isernia	1	350	0,03
95	Cremona	1	223	0,02
96	Rieti	2	174	0,01
97	Pescara	1	117	0,01
98	Enna	1	11	0,00
99	Lodi	0	0	-
100	Mantova	0	0	-
101	Prato	0	0	-
102	Benevento	0	0	-
103	Avellino	0	0	-
	ITALIA	2.411	1.344.242	100

Tab. 13. Dimensione media di campeggi e villaggi turistici nelle province italiane. 2005, 1995.

province	dimensione media 2005	dimensione media 1995	2005/95
Rovigo	1820	2031	-10,37
Ferrara	1741	1570	10,89
Venezia	1686	1381	22,10
Gorizia	1498	1317	13,69
Caserta	1401	775	80,85
Ravenna	1295	1244	4,06
Rimini	1189	1175	1,11
Brindisi	1103	971	13,58
Lucca	1001	843	18,80
Roma	999	919	8,71
Grosseto	976	989	-1,31
Udine	971	1190	-18,42
Sassari	950	1065	-10,79
Lecce	944	929	1,59
Verona	893	699	27,85
Livorno	843	853	-1,20
Viterbo	830	753	10,19
Cosenza	771	815	-5,40
Padova	756	780	-3,08
Teramo	751	635	18,29
Forlì-Cesena	704	818	-13,90
Matera	687	509	34,92
Ascoli Piceno	687	671	2,37
Milano	666	526	26,62
Pisa	647	648	-0,19
Reggio di Calabria	629	571	10,28
Cagliari	612	620	-1,21
Agrigento	593	413	43,61
Oristano	586	717	-18,20
Nuoro	573	522	9,72
Massa-Carrara	570	494	15,39
Ragusa	538	358	50,38
Crotone	534	143	273,08
Siena	529	509	4,03
Vibo Valentia	526	446	17,87
Bergamo	513	510	0,77
Brescia	493	468	5,34

province	dimensione media 2005	dimensione media 1995	2005/95
Trieste	490	533	-8,02
Catanzaro	488	399	22,44
Belluno	483	421	14,71
Varese	482	234	105,89
Catania	473	560	-15,54
Caltanissetta	468	100	368,00
Pavia	465	0	n.c.
Firenze	460	373	23,19
Genova	437	411	6,49
Latina	429	483	-11,13
Foggia	418	511	-18,18
Macerata	418	475	-12,02
Trento	417	395	5,71
Novara	414	420	-1,40
Potenza	411	600	-31,50
Pistoia	409	298	36,99
Verbano-Cusio-Ossola	407	382	6,28
Savona	398	401	-0,62
Ancona	395	383	3,19
La Spezia	393	395	-0,57
Bologna	388	273	42,09
Lecco	382	353	8,17
Chieti	373	446	-16,31
Taranto	373	339	10,07
Messina	371	312	18,70
Reggio nell'Emilia	371	282	31,72
Salerno	365	391	-6,68
Isernia	350	0	n.c.
L'Aquila	348	388	-10,42
Bari	335	317	5,91
Aosta	333	424	-21,54
Perugia	324	336	-3,48
Terni	319	313	1,97
Napoli	317	283	12,17
Siracusa	314	304	3,38
Palermo	312	248	26,03
Imperia	311	292	6,74

<i>province</i>	dimensione media 2005	dimensione media 1995	2005/95
Treviso	308	190	62,11
Campobasso	306	495	-38,21
Pesaro e Urbino	305	391	-22,09
Trapani	298	295	0,90
<i>Bolzano-Bozen</i>	294	275	6,98
Como	291	296	-1,86
Biella	291	277	4,83
Piacenza	286	200	42,86
Parma	280	293	-4,56
Frosinone	276	445	-37,88
Torino	265	283	-6,37
Vicenza	252	277	-8,86
Modena	248	248	-0,19
Cremona	223	180	23,89
Cuneo	222	207	7,63

<i>province</i>	dimensione media 2005	dimensione media 1995	2005/95
Pordenone	220	500	-56,00
Asti	205	250	-18,00
Arezzo	179	201	-11,25
Vercelli	178	264	-32,56
Sondrio	159	258	-38,39
Alessandria	139	206	-32,39
Pescara	117	979	-88,05
Rieti	87	187	-53,48
Enna	11	0	n.c.
Lodi	0	0	n.c.
Mantova	0	150	-100,00
Prato	0	0	n.c.
Benevento	0	0	n.c.
Avellino	0	0	n.c.

6. Natura giuridica dei campeggi e villaggi turistici

Per avere un quadro della natura giuridica che assumono le strutture del turismo all'aria aperta occorre far riferimento alla banca dati della Camera di Commercio che consente, tra l'altro, di rilevare una distinzione molto interessante, cioè quella tra le unità locali dei campeggi (Classe ATECO 5522) e dei villaggi turistici (Classe ATECO 55231), dato che invece risulta aggregato nelle rilevazioni Istat.

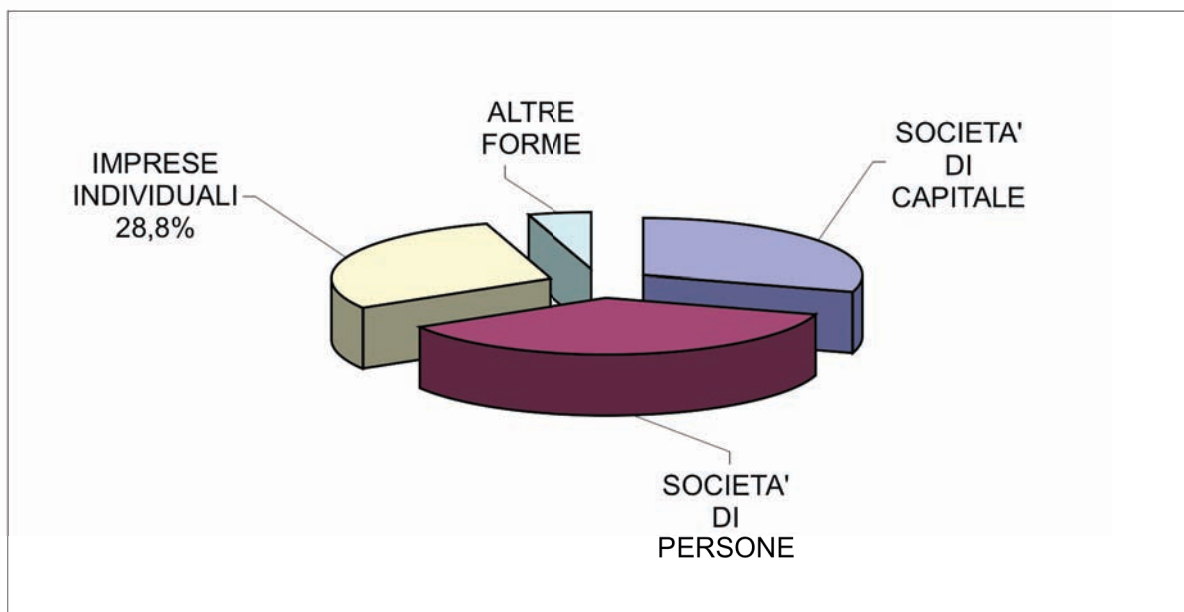
Secondo Infocamere nel 2006 risultano attivi in Italia 1.714 campeggi e 325 villaggi turistici. I dati relativi al secondo trimestre 2007 ci consentono di ottenere un quadro particolarmente aggiornato dell'offerta, da cui desumere la tendenza ad una leggera contrazione (-0,4%) delle strutture campeggistiche, che diventano 1.707, a fronte di un incremento, seppur modesto, dei villaggi turistici (+0,6%) che passano a 327 strutture.

6.1. I campeggi

I campeggi presenti sul territorio nazionale sono concentrati in massima parte nelle regioni del Sud e nelle isole (33%), il 30,6% nel Centro, il 19,6% nel Nord Est ed il restante 16,7% nelle regioni del Nord Ovest.

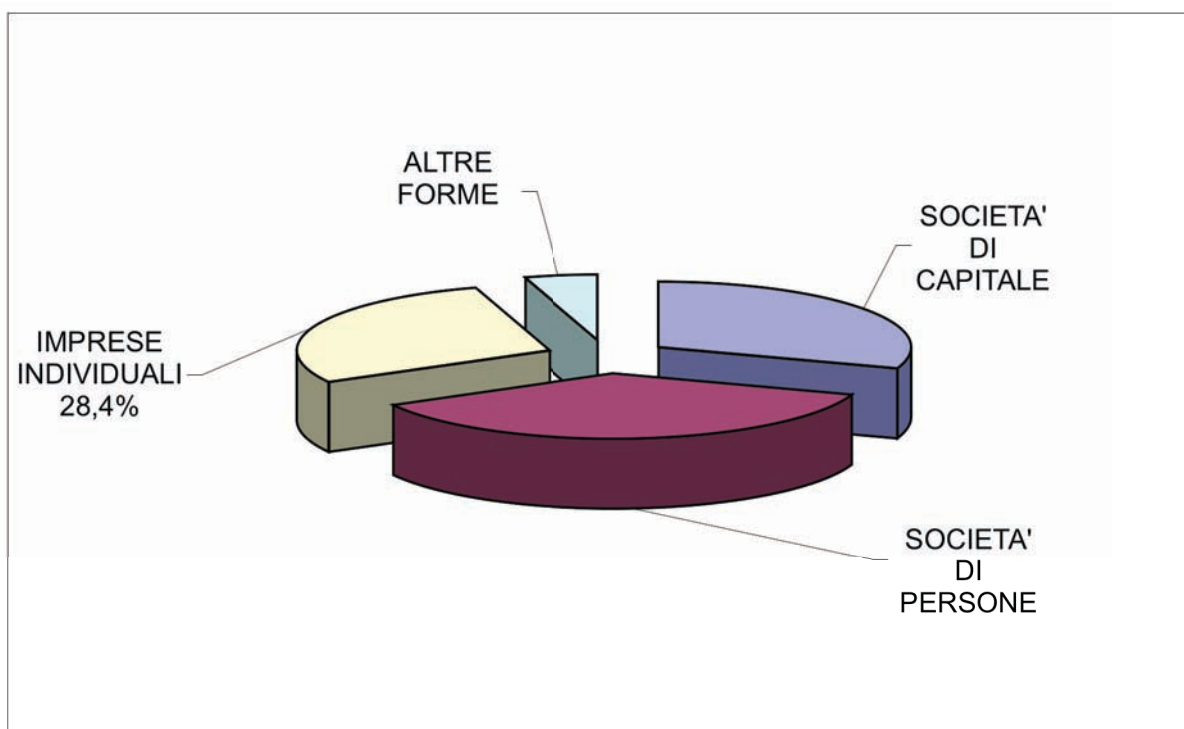
La ripartizione di tali strutture secondo la natura giuridica della gestione mostra come, nel 2007, il 36,8% sono Società di persone, il 30,2% Società di capitale, il 28,4% Imprese individuali ed il 4,7% Altre forme. Tale situazione, così come emerge dal Graf. 11, non manifesta differenze sostanziali nel breve periodo, mentre il confronto con i dati di inizio secolo (vedi Tab. 14), ci consente di rilevare variazioni più marcate, in cui si ha un incremento delle Società di capitale del 38,1%, delle Società di persone del 13,2%, delle Altre forme gestionali del 16% circa, a fronte di una riduzione del 9% delle Imprese individuali. Si va quindi progressivamente affermando la propensione all'adozione di modelli gestionali più di carattere manageriale, affiancati da una continua diminuzione delle imprese individuali improntate ad una gestione, per lo più, di tipo familiare.

Graf. 10. Natura giuridica dei campeggi nel 2006; incidenza percentuale



Fonte: Infocamere

Graf. 11. Natura giuridica dei campeggi nel II trimestre 2007; incidenza percentuale



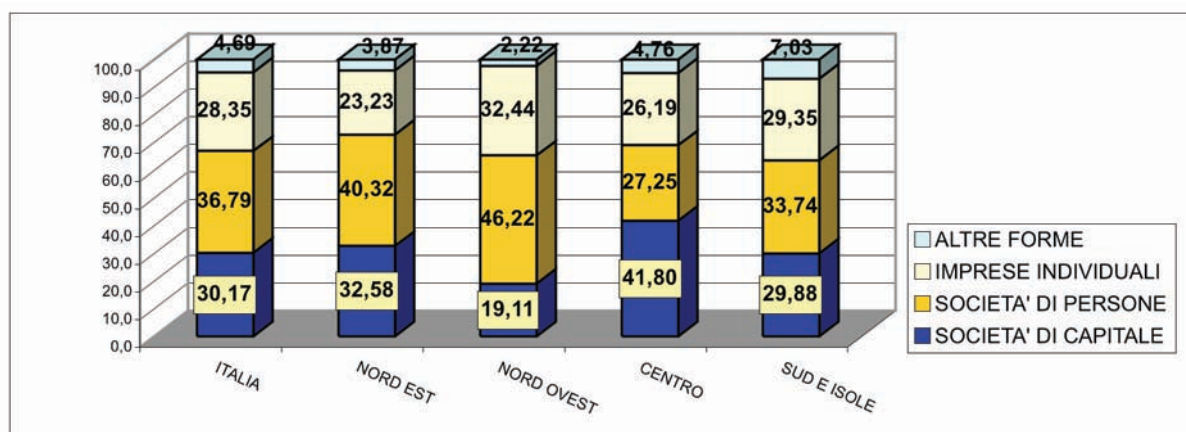
Fonte: Infocamere

Tab. 14. Campeggi attivi in Italia per natura giuridica. Anni 2006 e II trimestre 2007

REGIONI	SOCIETA' DI CAPITALE			SOCIETA' DI PERSONE			IMPRESE INDIVIDUALI			ALTRE FORME			TOTALE		
	2007	2006	var. % 2007/00	2007	2006	var. % 2007/00	2007	2006	var. % 2007/00	2007	2006	var. % 2007/00	2007	2006	var. % 2007/00
Abruzzo	18	19	5,9	28	28	3,7	23	21	27,8	6	6	50,0	75	74	13,6
Basilicata	4	4	100,0	5	5	0,0	3	3	0,0	1	1		13	13	30,0
Calabria	18	18	50,0	37	37	5,7	38	38	-28,3	3	3	-25,0	96	96	-7,7
Campania	39	39	14,7	52	53	15,6	38	38	-17,4	3	3	0,0	132	133	3,1
Emilia-Romagna	22	22	-12,0	23	25	-4,2	17	18	-26,1	9	9	80,0	71	74	-7,8
Friuli-Venezia Giulia	8	9	60,0	3	4	-40,0	7	7	16,7	1	1	0,0	19	21	11,8
Lazio	33	32	83,3	27	27	22,7	25	25	4,2	5	5	150,0	90	89	36,4
Liguria	14	15	75,0	67	67	11,7	40	40	-2,4	1	1	-50,0	122	123	9,9
Lombardia	52	48	23,8	74	74	2,8	44	46	-10,2	5	5	150,0	175	173	6,1
Marche	35	34	40,0	22	23	-15,4	19	18	-13,6	1	1	0,0	77	76	4,1
Molise	1	1	-50,0	4	4	33,3	5	6	-28,6	0	0		10	11	-16,7
Piemonte	18	17	28,6	46	46	17,9	47	50	-9,6	4	4	0,0	115	117	5,5
Puglia	37	37	60,9	34	34	21,4	27	29	-28,9	4	4	33,3	102	104	10,9
Sardegna	31	30	34,8	12	12	-14,3	7	6	40,0	10	10	-9,1	60	58	13,2
Sicilia	22	22	29,4	20	20	25,0	26	29	8,3	13	13	0,0	81	84	15,7
Toscana	82	81	54,7	45	45	36,4	44	43	-4,3	10	11	0,0	181	180	27,5
Trentino Alto Adige	22	22	175,0	49	48	48,5	18	20	-18,2	0	0		89	90	41,3
Umbria	8	8	100,0	9	9	12,5	11	11	10,0	2	1	100,0	30	29	30,4
Valle D'Aosta	2	2	100,0	21	21	10,5	15	15	15,4	0	0		38	38	15,2
Veneto	49	49	22,5	50	49	22,0	30	31	3,4	2	2	-33,3	131	131	15,9
ITALIA	515	509	38,1	628	631	13,2	484	494	-8,9	80	80	15,9	1.707	1.714	11,7
NORD EST	101	102	29,5	125	126	21,4	72	76	-10,0	12	12	33,3	310	316	14,8
NORD OVEST	86	82	32,3	208	208	9,5	146	151	-5,8	10	10	25,0	450	451	7,7
CENTRO	158	155	58,0	103	104	15,7	99	97	-2,9	18	18	28,6	378	374	23,9
SUD E ISOLE	170	170	30,8	192	193	11,0	167	170	-13,9	40	40	5,3	569	573	6,4

Fonte: Infocamere

Graf. 12. Offerta di campeggi nelle macro-aree per natura giuridica. Il trimestre 2007



Fonte: Infocamere

Nelle regioni del Centro si registra la presenza più marcata rispetto al resto del Paese di campeggi gestiti nella forma di Società di Capitale (41,8% del totale delle strutture), mentre nel Nord Ovest si rileva come poco meno della metà delle strutture (46,2%) sono gestite da Società di persone ed è diffusa la presenza di Imprese individuali (il 32,4% del totale). Nelle regioni del Sud e le isole si nota, invece, una ripartizione abbastanza uniforme delle forme gestionali principali, con una leggera prevalenza delle Società di persone (il 33,7%).

Tab. 15. Campeggi per natura giuridica e per regione. Anni 2006 e Il trimestre 2007.

Distribuzione percentuale per natura giuridica

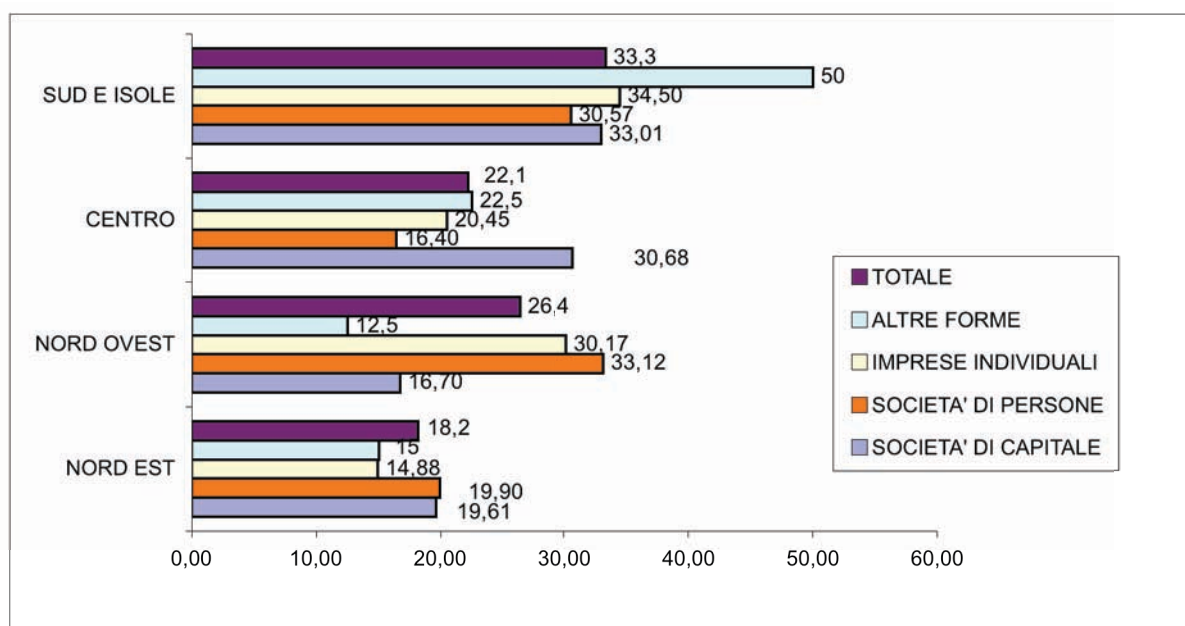
REGIONI	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Abruzzo	24,0	25,7	37,3	37,8	30,7	28,4	8,0	8,1	100,0	100,0
Basilicata	30,8	30,8	38,5	38,5	23,1	23,1	7,7	7,7	100,0	100,0
Calabria	18,8	18,8	38,5	38,5	39,6	39,6	3,1	3,1	100,0	100,0
Campania	29,5	29,3	39,4	39,8	28,8	28,6	2,3	2,3	100,0	100,0
Emilia-Romagna	31,0	29,7	32,4	33,8	23,9	24,3	12,7	12,2	100,0	100,0
Friuli-Venezia Giulia	42,1	42,9	15,8	19,0	36,8	33,3	5,3	4,8	100,0	100,0
Lazio	36,7	36,0	30,0	30,3	27,8	28,1	5,6	5,6	100,0	100,0
Liguria	11,5	12,2	54,9	54,5	32,8	32,5	0,8	0,8	100,0	100,0
Lombardia	29,7	27,7	42,3	42,8	25,1	26,6	2,9	2,9	100,0	100,0
Marche	45,5	44,7	28,6	30,3	24,7	23,7	1,3	1,3	100,0	100,0
Molise	10,0	9,1	40,0	36,4	50,0	54,5	0,0	0,0	100,0	100,0
Piemonte	15,7	14,5	40,0	39,3	40,9	42,7	3,5	3,4	100,0	100,0
Puglia	36,3	35,6	33,3	32,7	26,5	27,9	3,9	3,8	100,0	100,0
Sardegna	51,7	51,7	20,0	20,7	11,7	10,3	16,7	17,2	100,0	100,0
Sicilia	27,2	26,2	24,7	23,8	32,1	34,5	16,0	15,5	100,0	100,0
Toscana	45,3	45,0	24,9	25,0	24,3	23,9	5,5	6,1	100,0	100,0
Trentino Alto Adige	24,7	24,4	55,1	53,3	20,2	22,2	0,0	0,0	100,0	100,0
Umbria	26,7	27,6	30,0	31,0	36,7	37,9	6,7	3,4	100,0	100,0
Valle D'Aosta	5,3	5,3	55,3	55,3	39,5	39,5	0,0	0,0	100,0	100,0
Veneto	37,4	37,4	38,2	37,4	22,9	23,7	1,5	1,5	100,0	100,0
ITALIA	30,2	29,7	36,8	36,8	28,4	28,8	4,7	4,7	100,0	100,0
NORD EST	32,6	32,3	40,3	39,9	23,2	24,1	3,9	3,8	100,0	100,0
NORD OVEST	19,1	18,2	46,2	46,1	32,4	33,5	2,2	2,2	100,0	100,0
CENTRO	41,8	41,4	27,2	27,8	26,2	25,9	4,8	4,8	100,0	100,0
SUD E ISOLE	29,9	29,7	33,7	33,7	29,3	29,7	7,0	7,0	100,0	100,0

Distribuzione percentuale per regione

REGIONI	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%
Abruzzo	3,50	3,73	4,46	4,44	4,75	4,25	7,5	7,50	4,4	4,3
Basilicata	0,78	0,79	0,80	0,79	0,62	0,61	1,25	1,25	0,8	0,8
Calabria	3,50	3,54	5,89	5,86	7,85	7,69	3,75	3,75	5,6	5,6
Campania	7,57	7,66	8,28	8,40	7,85	7,69	3,75	3,75	7,7	7,8
Emilia-Romagna	4,27	4,32	3,66	3,96	3,51	3,64	11,25	11,25	4,2	4,3
Friuli-Venezia Giulia	1,55	1,77	0,48	0,63	1,45	1,42	1,25	1,25	1,1	1,2
Lazio	6,41	6,29	4,30	4,28	5,17	5,06	6,25	6,25	5,3	5,2
Liguria	2,72	2,95	10,67	10,62	8,26	8,10	1,25	1,25	7,1	7,2
Lombardia	10,10	9,43	11,78	11,73	9,09	9,31	6,25	6,25	10,3	10,1
Marche	6,80	6,68	3,50	3,65	3,93	3,64	1,25	1,25	4,5	4,4
Molise	0,19	0,20	0,64	0,63	1,03	1,21	0	0,00	0,6	0,6
Piemonte	3,50	3,34	7,32	7,29	9,71	10,12	5	5,00	6,7	6,8
Puglia	7,18	7,27	5,41	5,39	5,58	5,87	5	5,00	6,0	6,1
Sardegna	6,02	5,89	1,91	1,90	1,45	1,21	12,5	12,50	3,5	3,4
Sicilia	4,27	4,32	3,18	3,17	5,37	5,87	16,25	16,25	4,7	4,9
Toscana	15,92	15,91	7,17	7,13	9,09	8,70	12,5	13,75	10,6	10,5
Trentino Alto Adige	4,27	4,32	7,80	7,61	3,72	4,05	0	0,00	5,2	5,3
Umbria	1,55	1,57	1,43	1,43	2,27	2,23	2,5	1,25	1,8	1,7
Valle D'Aosta	0,39	0,39	3,34	3,33	3,10	3,04	0	0,00	2,2	2,2
Veneto	9,51	9,63	7,96	7,77	6,20	6,28	2,5	2,50	7,7	7,6
ITALIA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100	100,00	100,0	100,0
NORD EST	19,61	20,04	19,90	19,97	14,88	15,38	15	15,00	18,2	18,4
NORD OVEST	16,70	16,11	33,12	32,96	30,17	30,57	12,5	12,50	26,4	26,3
CENTRO	30,68	30,45	16,40	16,48	20,45	19,64	22,5	22,50	22,1	21,8
SUD E ISOLE	33,01	33,40	30,57	30,59	34,50	34,41	50	50,00	33,3	33,4

Fonte: Infocamere

Graf. 13. Distribuzione percentuale dei campeggi per macro-aree. Il trimestre 2007



Fonte: Infocamere

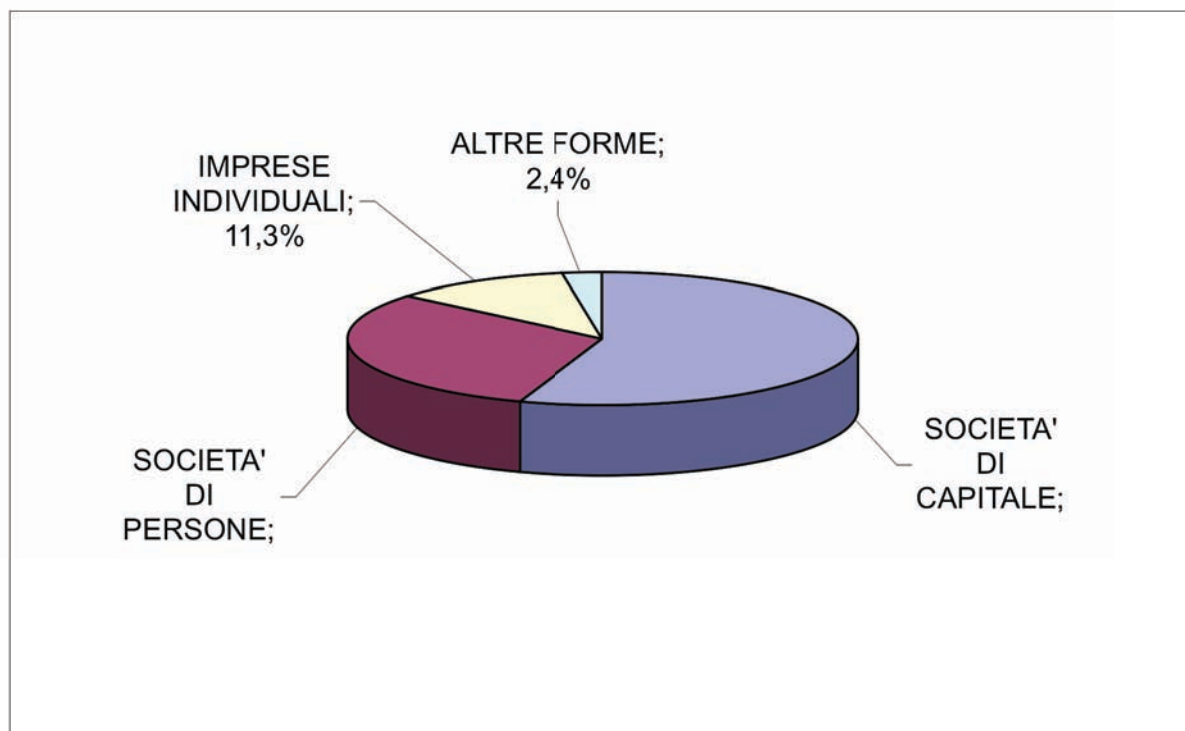
6.2. I villaggi turistici

I villaggi turistici attivi in Italia nel secondo trimestre del 2007 sono 327 di cui il 69% è localizzato nelle regioni meridionali e le Isole, il 12,2% si trova al Centro, l'11,3% nel Nord Ovest e il restante 7,3% nelle regioni del Nord Est. In particolare, spicca il dato della Campania con 78 villaggi (il 24% del totale nazionale), quello della Calabria con 59 esercizi (il 18%) e quello della Puglia con 42 (il 13%), che complessivamente detengono oltre il 50% delle strutture presenti nel Paese. In Valle d'Aosta, invece, non sono rilevabili villaggi turistici e molto bassa risulta anche la dotazione di tali strutture di Basilicata (1), Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e Umbria (soltanto 2 villaggi).

Il consistente incremento registrato nei villaggi turistici nel periodo dal 2000 al 2007 (+41,6%) mostra come tale crescita si sia verificata con toni molto accentuati nelle regioni del Sud e le Isole (+49,7% dovuto in forte misura ai valori registrati in Calabria: +118,5%, Molise: +66,7%, e Sardegna: +57%) e nel Centro (+38%), mentre in misura più contenuta si è verificata nelle regioni settentrionali (Nord Est: +20%; Nord Ovest: +57%).

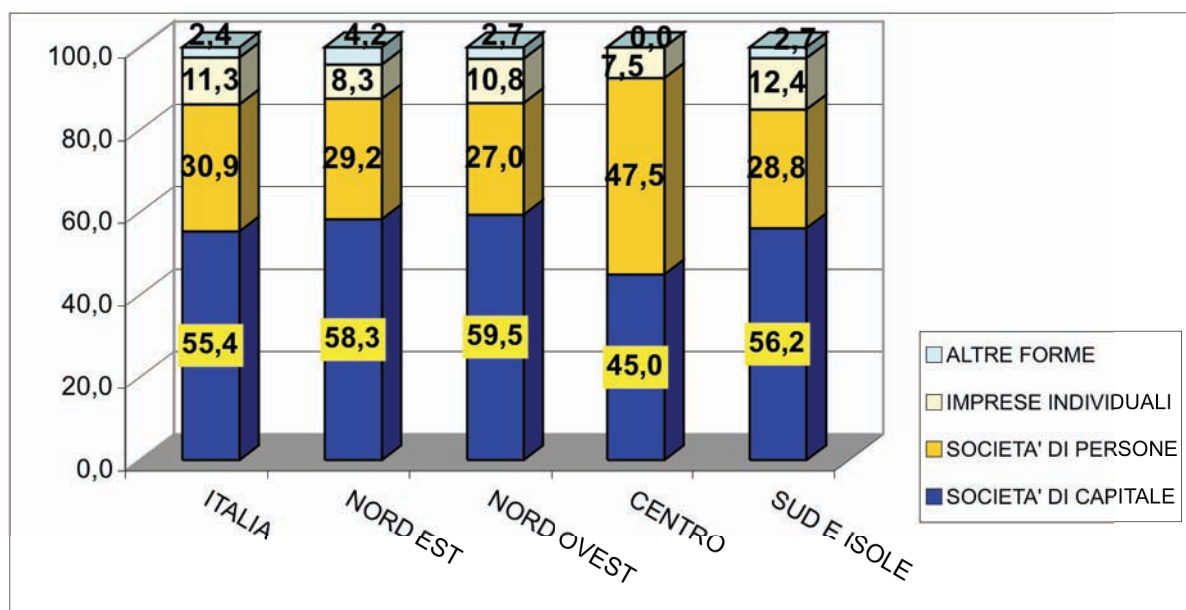
La ripartizione dei villaggi secondo la natura giuridica della gestione mostra come il 55,4% sono Società di capitale, il 31% Società di persone, l'11,3% Imprese individuali e il 2,4% Altre forme gestionali. Nel periodo dal 2000 al 2007 (vedi Tab. 16) il numero dei villaggi gestiti da Società di capitale è cresciuto in maniera molto consistente (+64,5%), come pure quello delle strutture gestite da Società di persone (+48,5%), mentre si sono ridotte le Imprese individuali (del 16% circa) e le Altre forme di gestione (-11%). Nelle regioni del Nord Ovest si ha la concentrazione più elevata (59,5%) di villaggi gestiti da Società di capitale rispetto al dato medio nazionale, così come nel Nord Est (58,3%) e nel Sud e le Isole (56,2%). Valori inferiori si riscontrano invece nelle regioni del Centro (45%), area nella quale risulta prevalente la presenza di villaggi gestiti da Società di persone (47,5%). Più limitata nel caso dei villaggi turistici rispetto a quanto si verifichi per i campeggi, è la presenza di realtà gestite da Imprese individuali, soprattutto nelle regioni del Centro Italia (7,5%), a conferma della necessità di avere modelli gestionali di tipo manageriale per questa tipologia di strutture, sovente caratterizzate da elevate dimensioni e da un sistema di offerta complesso.

Graf. 14. Natura giuridica dei villaggi turistici nel II trimestre 2007; incidenza percentuale



Fonte: Infocamere

Graf. 15. Offerta di villaggi turistici nelle macro-aree per natura giuridica. Il trimestre 2007



Fonte: Infocamere

Tab. 17. Villaggi turistici per natura giuridica e per regione. Anni 2006 e II trimestre 2007

Distribuzione percentuale per natura giuridica

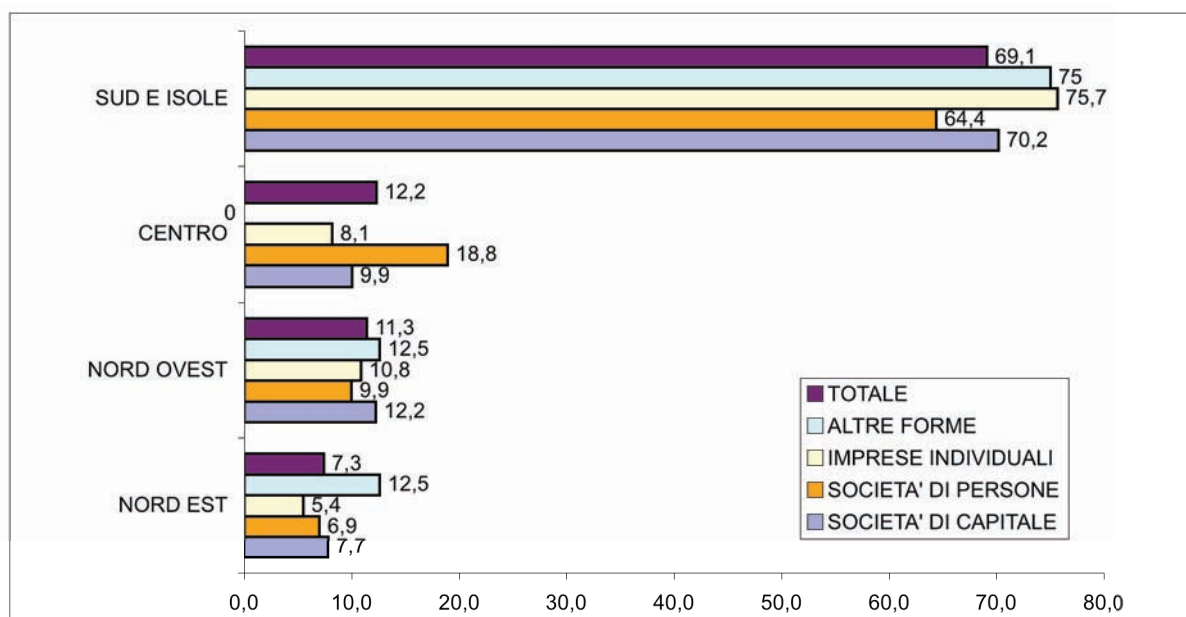
REGIONI	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Abruzzo	66,7	71,4	33,3	28,6	0,0	0	0,0	0	100	100
Basilicata	100,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	50	100	100
Calabria	42,4	42,4	35,6	35,6	22,0	22,0	0,0	0	100	100
Campania	66,7	66,2	23,1	22,1	6,4	7,8	3,8	3,9	100	100
Emilia-Romagna	62,5	71,4	25,0	14,3	0,0	0,0	12,5	14,3	100	100
Friuli-Venezia Giulia	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	100	100
Lazio	55,6	50,0	33,3	37,5	11,1	12,5	0,0	0	100	100
Liguria	20,0	16,7	60,0	50,0	20,0	33,3	0,0	0	100	100
Lombardia	79,2	79,2	8,3	12,5	12,5	8,3	0,0	0	100	100
Marche	30,0	30,0	60,0	60,0	10,0	10	0,0	0	100	100
Molise	60,0	60,0	0,0	0,0	40,0	40	0,0	0	100	100
Piemonte	25,0	25,0	62,5	62,5	0,0	0	12,5	12,5	100	100
Puglia	52,4	51,2	33,3	31,7	11,9	14,6	2,4	2,4	100	100
Sardegna	72,7	72,7	18,2	18,2	9,1	9,1	0,0	0	100	100
Sicilia	50,0	52,2	33,3	34,8	8,3	8,7	8,3	4,3	100	100
Toscana	52,6	52,6	42,1	42,1	5,3	5,3	0,0	0	100	100
Trentino Alto Adige	50,0	50,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0	100	100
Umbria	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0	100	100
Valle D'Aosta	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.	n. c.
Veneto	50,0	50,0	33,3	33,3	16,7	16,7	0,0	0	100	100
ITALIA	55,4	55,1	30,9	30,5	11,3	12,0	2,4	2,5	100	100
NORDEST	58,3	60,9	29,2	26,1	8,3	8,7	4,2	4,3	100	100
NORD OVEST	59,5	57,9	27,0	28,9	10,8	10,5	2,7	2,6	100	100
CENTRO	45,0	43,6	47,5	48,7	7,5	7,7	0,0	0	100	100
SUD E ISOLE	56,2	56,0	28,8	28,0	12,4	13,3	2,7	2,7	100	100

Distribuzione percentuale per regione

REGIONI	SOCIETA' DI CAPITALE		SOCIETA' DI PERSONE		IMPRESE INDIVIDUALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%	2006%	2007%
Abruzzo	2,8	2,2	2,0	2,0	0	0	0	0	2,2	1,8
Basilicata	0,6	0,6	0,0	0,0	0	0	12,5	0	0,6	0,3
Calabria	14,0	13,8	21,2	20,8	33,3	35,1	0	0	18,2	18,0
Campania	28,5	28,7	17,2	17,8	15,4	13,5	37,5	37,5	23,7	23,9
Emilia-Romagna	2,8	2,8	1,0	2,0	0,0	0,0	12,5	12,5	2,2	2,4
Friuli-Venezia Giulia	1,1	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,6	0,6
Lazio	2,2	2,8	3,0	3,0	2,6	2,7	0	0	2,5	2,8
Liguria	0,6	0,6	3,0	3,0	5,1	2,7	0	0	1,8	1,5
Lombardia	10,6	10,5	3,0	2,0	5,1	8,1	0	0	7,4	7,3
Marche	1,7	1,7	6,1	5,9	2,6	2,7	0	0	3,1	3,1
Molise	1,7	1,7	0,0	0,0	5,1	5,4	0	0	1,5	1,5
Piemonte	1,1	1,1	5,1	5,0	0,0	0,0	12,5	12,5	2,5	2,4
Puglia	11,7	12,2	13,1	13,9	15,4	13,5	12,5	12,5	12,6	12,8
Sardegna	4,5	4,4	2,0	2,0	2,6	2,7	0	0	3,4	3,4
Sicilia	6,7	6,6	8,1	7,9	5,1	5,4	12,5	25	7,1	7,3
Toscana	5,6	5,5	8,1	7,9	2,6	2,7	0	0	5,8	5,8
Trentino Alto Adige	0,6	0,6	1,0	1,0	0,0	0,0	0	0	0,6	0,6
Umbria	0,0	0,0	2,0	2,0	0,0	0,0	0	0	0,6	0,6
Valle D'Aosta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Veneto	3,4	3,3	4,0	4,0	5,1	5,4	0	0	3,7	3,7
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100	100	100,0	100,0
NORD EST	7,8	7,7	6,1	6,9	5,1	5,4	12,5	12,5	7,1	7,3
NORD OVEST	12,3	12,2	11,1	9,9	10,3	10,8	12,5	12,5	11,7	11,3
CENTRO	9,5	9,9	19,2	18,8	7,7	8,1	0	0	12,0	12,2
SUD E ISOLE	70,4	70,2	63,6	64,4	76,9	75,7	75	75	69,2	69,1

Fonte: Infocamere

Graf. 16. Distribuzione percentuale dei villaggi turistici per macro-aree. Il trimestre 2007



Fonte: Infocamere

Alcune considerazioni d'insieme.

A partire dagli anni 60 e fino a tutti gli anni 90 il turismo all'aria aperta italiano ha conosciuto un andamento estremamente dinamico, guidato inizialmente dai turisti stranieri a cui si sono affiancati nel corso degli anni 80 anche quelli italiani.

Gli andamenti dell'ultimo decennio (1997-2006) evidenziano invece il sopraggiungere di una certa debolezza, una sorta di rilassamento dopo le performance notevoli, con tassi di crescita nettamente più bassi rispetto a quelli registrati mediamente negli altri esercizi complementari ed inferiori anche a quelli del comparto alberghiero.

Un esame approfondito dei dati sui flussi turistici consente di evidenziare che questa sopraggiunta "debolezza" del turismo all'aria aperta è essenzialmente imputabile al trend degli ultimi anni, in cui ad un andamento della componente italiana in calo a partire dal 2004 si è affiancata, nel triennio 2002-2004, una performance molto negativa della componente estera (-12,5% in termini di presenze), soprattutto nel Meridione.

Gli anni dal 2002 al 2004 sono stati peraltro anni critici per tutto il settore turistico italiano, soprattutto con riferimento ai flussi provenienti dall'estero che si sono ridotti in maniera considerevole generando una perdita di terreno del nostro Paese all'interno del mercato turistico internazionale, fino alla "retrocessione" dal quarto al quinto posto nella graduatoria delle principali destinazioni turistiche mondiali stilata dall'OMT e ampiamente evidenziata e commentata da operatori e mass media.

Le cause della situazione critica del turismo inbound dell'Italia nel triennio preso in considerazione sono state dettagliatamente analizzate dagli analisti del settore e sono essenzialmente:

- un equilibrio geo-politico, fortemente compromesso con attentati terroristici, conflitto in Iraq, Sars, ecc.;
- le difficoltà economiche attraversate dai paesi principali generatori di flussi turistici verso il nostro paese, soprattutto Germania, Francia e Olanda;
- la crescente concorrenza proveniente dalle mete turistiche emergenti, soprattutto nel segmento del turismo balneare;
- la perdita di competitività determinata da un aumento generalizzato dei prezzi a seguito dell'introduzione dell'euro
- andamenti climatici sfavorevoli, con il maltempo imperante durante la stagione estiva 2002, ed un'estate estremamente calda nel 2003.

Alcune di queste cause hanno avuto un ruolo nelle deboli performance anche del turismo domestico penalizzato, inoltre, dal perdurare di una congiuntura economica interna sfavorevole, dalla presenza di spinte inflazionistiche e da una percezione dell'aumento dei prezzi superiore a quello dichiarato dalle statistiche, con un conseguente calo dei consumi, anche turistici.

Tutte questi elementi hanno dunque pesato anche sulle scarse performance del turismo *en plein air* che però ne ha sofferto più degli altri comparti.

In maniera analoga, la ripresa che il turismo in Italia registra a partire dal 2005, pur avendo contagiato anche il turismo all'aria aperta, lo ha fatto in maniera ridotta, con tassi di crescita mediamente inferiori a quelli delle altre forme di ricettività e una situazione di perdurante difficoltà sul segmento del mercato estero che opta per la formula del campeggio.

È dunque opportuno cercare di capire le ragioni di questa relativa "debolezza" del turismo all'aria aperta, quali siano state le caratteristiche che lo hanno reso maggiormente vulnerabile ai fattori di crisi e meno reattivo al cambiamento di rotta positivo del recente andamento turistico.

L'insieme dei dati analizzati consente di evidenziare le seguenti principali caratteristiche del turismo *en plein air*:

- - elevata concentrazione territoriale dei flussi, soprattutto di quelli stranieri, diretti principalmente nel Nord-Est del Paese;
- - distribuzione territoriale delle strutture che privilegia, invece, le regioni meridionali anche se con minor scarto rispetto alle altre aree del paese;
- - localizzazione prevalente delle strutture nelle località balneari;
- - marcata stagionalità;
- - peso rilevante della componente estera, relativamente più consistente rispetto alle altre forme di ricettività complementare;

- - mercato estero dominato dai turisti tedeschi.

L'analisi focalizzata sul mercato estero e, nello specifico, su quello più strettamente *en plein air* aggiunge altri elementi caratterizzanti: il turista straniero all'aria aperta ha minori disponibilità economiche o, comunque, è meno propenso a spendere e dunque più attento all'aspetto economico della vacanza. È un turista che organizza il proprio viaggio in maniera indipendente, trascorre le vacanze prevalentemente al mare, preferendo in Italia le regioni del Nord e del Centro.

Pur non disponendo di informazioni di carattere qualitativo riferite ai turisti all'aria aperta italiani, ci pare verosimile ritenere che tali aspetti caratterizzino anche la domanda domestica, con l'unica eccezione di una maggiore distribuzione della stessa nelle regioni del Sud.

E forse è proprio dalle caratteristiche evidenziate che deriva la situazione di difficoltà che sta interessando in questi ultimi anni il mercato del turismo all'aria aperta in Italia, soprattutto quello di provenienza dall'estero che opta per la formula del campeggio.

Quelle evidenziate sono, infatti, tutte caratteristiche che rendono il comparto maggiormente vulnerabile, rispetto agli altri, alla concorrenza dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo, sia di quelli turisticamente più maturi, ma in ottima salute, come la Spagna, sia di quelli emergenti come la Croazia, la Grecia, la Turchia, la Tunisia, il Marocco, ma anche l'Egitto se pensiamo all'area del Mar Rosso.

Specialmente questi ultimi si posizionano infatti in termini molto concorrenziali nei confronti dell'Italia, soprattutto per quanto riguarda l'offerta balneare che, come abbiamo visto, rappresenta per i viaggiatori all'aria aperta la principale motivazione al viaggio. Hanno tutti coste incantevoli e mari bellissimi (spesso meno inquinati di quelli che lambiscono l'Italia) che offrono a prezzi assai più competitivi di quelli italiani e con standard di qualità che ormai non hanno più nulla da invidiare a quelli delle mete turistiche di più consolidata tradizione turistica.

È, d'altronde, un fatto che il turismo balneare in Italia abbia subito negli ultimi anni un calo e che, quindi, a risentirne maggiormente sia il comparto che più di altri si posiziona all'interno di tale segmento.

Meno vulnerabile alla concorrenza estera e dunque più "in salute" appare invece l'offerta culturale dell'Italia, sempre nettamente al primo posto nelle valutazioni degli stranieri e che, infatti, continua ad essere il motore trainante del turismo italiano, consentendo una maggiore stabilità (o quanto meno una minore fragilità) a quei comparti in cui la quota di clientela motivata da interessi artistici e culturali è più rilevante.

Gli operatori del settore dovrebbero dunque riflettere sulle possibili misure da adottare per rendere la loro offerta maggiormente svincolata da una fruizione di tipo esclusivamente balneare concentrata prevalentemente nei mesi estivi e cercare di differenziare maggiormente i propri mercati e il proprio prodotto, attirando una fetta maggiore della clientela motivata alla visita da interessi di tipo culturale. Ciò potrebbe essere ottenuto da un lato estendendo l'utilizzo di forme di alloggio più confortevoli, ad esempio le case mobili, che, di fatto, svincolano l'offerta dalle condizioni meteorologiche e, quindi, dalla caratterizzazione squisitamente stagionale, dall'altro sfruttando le sinergie che possono derivare da una maggiore integrazione e promozione dei plus territoriali da conseguire attraverso una maggiore collaborazione con gli altri attori operanti sul territorio.

Dalle fonti utilizzate per l'analisi non è purtroppo possibile indagare se questa vocazione ambientale del turismo all'aria aperta sia stata pienamente colta dai turisti: i dati analizzati evidenziano una relazione più stretta della "vacanza verde" con l'agriturismo piuttosto che con il campeggio, ma dedurre da questo un interesse marginale all'aspetto naturalistico della vacanza da parte del turista all'aria aperta sarebbe fuorviante.

Andrebbero, piuttosto, indagate le reali motivazioni e le modalità di fruizione di chi sceglie altre forme di vacanza, soprattutto quella montana, lacuale e balneare, per scoprire la reale domanda di "natura" del turista *en plein air*.

In ogni caso, indipendentemente dalla sensibilità ambientale e dalle spinte motivazionali verso un maggiore contatto con la natura dei turisti che già si orientano verso forme di alloggio all'aria aperta, la necessità di attrarne una quota sempre maggiore determina l'esigenza di un costante impegno da parte del comparto nel rendere palese questo suo orientamento naturalistico ambientale, attraverso l'offerta di servizi che promuovono il contatto con la natura e la realizzazione di un rapporto più stretto con il territorio e le sue risorse ambientali. L'operatore del turismo all'aria aperta dovrebbe, dunque, sempre di più assumere il ruolo di mediatore tra il

turista e il territorio, dell'“animatore” che permette una relazione proficua con le sue risorse naturali e culturali, trasformandosi da semplice venditore di spazi all'aria aperta ad erogatore di servizi.

In sintesi, le attuali tendenze della domanda turistica mettono in evidenza una ricerca crescente e diffusa di natura, cultura e qualità della vita. A ciò si aggiunge una crescente attenzione al rapporto prezzo/qualità dei servizi offerti, come espressione di un comportamento di consumo condizionato da un ridotto potere di acquisto, ma anche maturo e consapevole del proprio diritto di accedere a un servizio di qualità al prezzo giusto.

Il comparto del turismo all'aria aperta, rappresentando una soluzione relativamente economica per soggiornare e visitare le principali località turistiche del nostro Paese e consentendo il contatto con la natura secondo una formula ricettiva eco sostenibile, sembra avere tutte le carte in regola per rispondere in maniera adeguata a tali tendenze e ritrovare quella dinamicità che lo ha caratterizzato negli anni passati. Tutto ciò naturalmente è un traguardo perfettamente raggiungibile se le azioni e le attività delle imprese del settore saranno sostenute da strategie puntuali e in grado di generare un riposizionamento del settore nei confronti dei flussi di domanda nazionale e internazionale. È secondo noi importante che le strategie delle imprese di settore dovrebbero incentrarsi al minimo in:

- azioni volte a favorire la costruzione e promozione di prodotti integrati con altri produttori locali per facilitare lo sviluppo di prodotti turistici innovativi e nella logica della ricerca dell'esperienza da parte della clientela;
- a seguito del punto precedente, facilitare la trasformazione dei campeggi da aziende del settore della ricettività in aziende “dell'accoglienza territoriale”, anche in collaborazione con le strutture pubbliche esistenti sui territori, allo scopo di rendere massima l'interazione con il territorio circostante. È chiaro che quando si parla di trasformazione in questo senso si deve principalmente fare riferimento alla disponibilità delle risorse umane deputate al contatto con la clientela a diffondere le informazioni relative al territorio circostante in una logica di fornitura di servizi di facilitazione ai turisti che tramite una corretta presentazione possono assumere decisioni di consumo che riguardano il territorio stesso;
- aumentare la connotazione del campeggio come “azienda ecologica” tramite degli opportuni investimenti in attrezzature ed arredi e tramite dei corretti processi di comunicazione anche informale nei confronti dei potenziali utilizzatori;
- utilizzazione del prezzo come effettivo elemento di destagionalizzazione, vale a dire rendere percepibili dei reali vantaggi per gli utenti, accompagnato però da paralleli investimenti sull'offerta di completamento che possa rendere appetibile la frequentazione del camping anche in bassa e bassissima stagione. Tali offerte dovrebbero scaturire proprio dai contatti con gli altri imprenditori della località, o tramite politiche di integrazione verticale con imprenditori esterni al territorio, in maniera tale da limitare al massimo il rischio imprenditoriale ripartendolo fra più soggetti, con particolare riferimento alla promozione e alla distribuzione dei prodotti;
- effettuare investimenti sulle strutture, anche nella logica del rispetto dell'ambiente richiamato poc'anzi, in modo da rendere maggiormente evidente la missione dell'azienda e favorire la percezione di prestazioni aziendali di elevato livello qualitativo che è possibile attendersi nel camping.

Ovviamente non esiste una “ricetta” che garantisca lo sviluppo e, soprattutto, ogni imprenditore ed ogni azienda rappresentano un caso a sé che richiede cure, idee, progetti ed investimenti mirati e specifici. Tanto i dati del Rapporto quanto questi ultimi suggerimenti saranno, dunque, più utili se rappresenteranno per l'imprenditore una base d'analisi certa ed affidabile sulla quale strutturare strategie e politiche aziendali congrue ed appropriate secondo il giudizio di ciascuno.



La FAITA ha siglato un accordo commerciale con la Lozzi & Rossi S.r.l. casa editrice che dal 1981 pubblica la guida "Italia Camping & Village". Sono previsti **sconti particolari per i soci Faita** gestori di Campeggi e Villaggi.



1

1 Pubblicazioni personalizzate (es. Mappatlanti, guide tematiche) con la pubblicità del campeggio/villaggio, da utilizzare come gadget da offrire alla clientela



2

2 Depliant, brochure e mappe regionali con l'ubicazione delle strutture



3

3 Pacchetti pubblicitari sulle guide cartacee e sul nuovo Network italcamping.it e tuttocampeggio.it

LOZZI & ROSSI EDITORI

da trent'anni ti guida al turismo all'aria aperta



LE GUIDE PATROCINATE DA FAITA **FEDER**CAMPING

Publicizza la tua struttura sulle guide Lozzi & Rossi dedicate ai campeggi e villaggi turistici

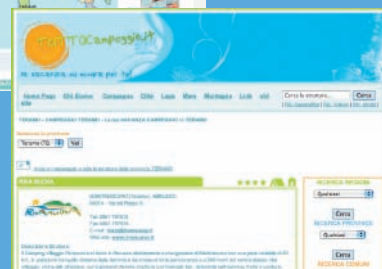
Italia Camping & Village e Tutticamping

Patrocinate da Faita

e sul nuovo

network 2008

www.italcamping.it e
www.tuttocampeggio.it



IN PARTNERSHIP CON WWW.CAMPEGGI.COM (CREATIWEB SRL- TORINO) - SITO UFFICIALE FAITA

LOZZI & ROSSI EDITORI s.r.l. - Circ.ne Gianicolense 210 - 00152 ROMA - Tel. 06.53.76.549 r.a. - info@lozzirossi.it