

## Il turismo all'aria aperta continua ad avanzare

**M**aurizio Vianello, Presidente FAITA FederCamping, in occasione della recente Fiera SUN di Rimini, ha sottolineato che il ruolo di FAITA è sostenere e difendere la categoria professionale dell'open-air da un "mondo ostile", fatto di complessità burocratiche e di una politica poco attenta al comparto. Dichiarò che, sulla base dei primi risultati pervenuti in Associazione, il 2011 si preannuncia una stagione eccezionale in netta ripresa e in forte crescita rispetto agli anni precedenti.

Questa situazione aumenta le responsabilità e l'impegno della categoria per garantire un'offerta qualitativamente elevata e completa, nel rispetto delle attese dei clienti di spendere al meglio le proprie vacanze, cioè il proprio "tempo migliore", in relax e divertendosi.

L'Associazione è riuscita ad ottenere alcuni risultati, sui regolamenti per le case mobili e sui canoni demaniali, e altro sta facendo per organizzare e rendere consapevoli i gestori dei camping del proprio ruolo di gestori di una sempre più vasta gamma di prodotti, che creano indotto e ricchezza su tutto il territorio. Il presidente Vianello ha tuttavia precisato che la problematica normativa sulle case mobili non è ancora stata risolta a livello nazionale, essendo stata rinviata dalla Corte Costituzionale alla competenza delle singole Regioni. Spiega che solo la Sardegna presenta una situazione complessa, mentre sul resto del territorio nazionale l'orientamento è quello di considerare le case mobili dei campeggi funzionali all'attività e quindi svincolate dalle norme urbanistiche locali.

Il convegno ha dedicato una particolare attenzione alla situazione dei campeggi in Francia, da sempre considerata una nazione leader nel settore. A questo proposito, un relatore francese



al convegno ha spiegato che la Francia rappresenta il 37% dell'offerta di campeggi europei, che nel 2010 valevano qualcosa come 2.000 miliardi euro (+100% rispetto al 2000). Ha anche dichiarato che, nel suo Paese, 1 persona su 3 è stata in campeggio almeno una volta negli ultimi 5 anni, e che tra i clienti il 51% sono nuovi campeggiatori, che per il 70%, scelgono il mare se in famiglia non ci sono figli, mentre la montagna è preferita più dalle famiglie con bambini (44%).

Il 50% dei campeggi francesi è a 3 o 4 stelle, con case vacanza, piscina, strutture wellness. I fattori di forza dell'of-

ferta sono: ritorno ai valori veri e alla natura, prezzo ragionevole, sicurezza e libertà per tutti i tipi di clienti, offerta differenziata.

Il relatore ha ricordato che sempre più i clienti dei campeggi escono dalla struttura e sostengono l'economia locale e che un trend emergente è quello della destagionalizzazione con l'apertura di Spa interne e di nuove proposte a sostegno dei pernottamenti (utilizzo del campeggio come hotel). Il web si conferma come strumento principe per l'individuazione della sede della vacanza.