Osservatorio Outdoor Estate 2022

Previsioni Italia

human COMPANY

THREND'S
TOURISM & HOSPITALITY ANALYTICS

MEDIA PARTNER

DOVE | L'Economia del CORRIERE DELLA SERA

IMPORTANTE ESCLUSIONE DI RESPONSABILITÀ E LIMITAZIONE DI RESPONSABILITÀ
Questo rapporto è stato distribuito gratuitamente. Non intendiamo fornire un servizio di consulenza o alcun altro tipo di consulenza attraverso questo rapporto. Non garantiamo che i dati forniti nel rapporto siano completamente affidabili.
Consigliamo vivamente di non utilizzare i dati qui forniti come base per valutare qualsiasi decisione di investimento o finanziaria. Non abbiamo alcun obbligo di aggiornare i nostri risultati e le nostre conclusioni in caso di cambiamenti nelle condizioni di mercato.

COPYRIGHT
Qualsiasi ristampa, utilizzo o ripubblicazione di tutto o parte di questo rapporto senza il preventivo consenso scritto di **HUMAN COMPANY** e **THRENDS** è severamente vietato.

Qualsiasi riproduzione di questo tipo deve specificamente accreditare **THRENDS** come fonte, **HUMAN COMPANY** come committente.

HUMAN COMPANY ® THRENDS® sono marchi registrati.

Indice

I. **Executive summary** ..... p. 3

1. **Introduzione all'Osservatorio 2022** ..... p. 4
   - I. La 2° edizione dell'Osservatorio
   - II. Previsione estate 2022
2. **Obiettivi e metodologia** ..... p. 8
   - I. Il perimetro di questa pubblicazione
   - II. Obiettivi del rapporto
   - III. Metodologia
3. **Focus Outdoor: il turismo all'aria aperta durante la pandemia** ..... p. 12
   - I. Andamento presenze camping 2021
   - II. Stagione estiva 2021 per i camping
   - III. Top 5 mercati esteri del segmento camping
   - IV. Offerta ricettiva per i camping
4. **Italia 2021: transizione del turismo** ..... p. 31
   - I. Domanda turistica in Italia
   - II. Alberghiero vs extra-alberghiero
   - III. Panel opinion leader
5. **Previsioni Estate 2022: cosa ci attende** ..... p. 43
   - I. Fattori di impatto
   - II. Modello previsionale
   - III. Previsioni Estate 2022
   - IV. Trend del settore outdoor per il 2022
6. **Conclusioni** ..... p. 62
   - I. Conclusioni
   - II. Key numbers to take away

Executive summary

- Il perimetro di analisi di questa seconda edizione dell'Osservatorio si concentra in modo verticale sul segmento camping e camping village, come focus specifico di un segmento che fa parte del turismo outdoor (macro ambito di riferimento dell'Osservatorio).
- Questa seconda edizione ha l'obiettivo di fornire un contributo concreto e pratico alle decisioni strategiche degli imprenditori en plein air attraverso una lettura di cosa è successo al settore in questi anni pandemici e provando a fare una stima della stagione estiva che ci aspetta.
- Il segmento camping e camping village ha fatto segnare nel 2021 39,2 milioni di presenze, ovvero il 39,1% in più del 2020 ma anche il 28% in meno del 2019.
- Nel 2021 si nota, nella stagione estiva (giugno-settembre) del segmento camping, un mercato italiano stabile e in leggera crescita rispetto al 2020 mentre il mercato estero fa segnare un netto rimbalzo rispetto al 2020.
- L'analisi mensile del segmento camping mostra come i mesi di settembre ed ottobre abbiano visto volumi migliori rispetto al 2019 (rispettivamente +4% e +1%).
- A livello complessivo in Italia nel 2021 si nota un recupero di volumi persi passando dai 208 milioni del 2020 ai 286 del 2021 (contro i 437 del 2019).
- A livello complessivo in Italia si notano performance migliori dell'extra-alberghiero che avvicina i suoi livelli pre-pandemia più dell'alberghiero sia nel mercato italiano che quello estero.
- La previsione della domanda per l'estate 2022 sono improntate su un criterio di massima prudenza e si basa su due possibili scenari. Uno denominato Best, che prevede una risoluzione del conflitto ucraino-russo entro il 15/05; ed uno denominato Worst, che prevede il perdurare del conflitto oltre il 15/05 con conseguente situazione di incertezza e insicurezza.
- Le previsioni per l'estate 2022 portano a stimare un range di domanda per il settore camping e camping village che va dai 48 milioni dello scenario Best ai 45,4 dello scenario Worst.
- L'estate 2022 può avvicinarsi ulteriormente al 2019 (Scenario Best rispetto al 2019: -5% mercato italiano, -23% mercato estero) (Scenario Worst rispetto al 2019: -9% mercato italiano, -29% mercato estero)
- La previsione dei mercati esteri per l'estate 2022 vede un avvicinamento sensibile ai volumi del 2019 per i mercati DACH mentre differenze ancora consistenti per gli altri mercati.

1.
Introduzione all’Osservatorio 2022

Il turismo outdoor durante la pandemia

La seconda edizione dell'Osservatorio sul turismo all'aria aperta si colloca dopo un altro anno difficile e in vista di una prossima stagione estiva che si apre con spunti ottimistici e variabili oscure all'orizzonte che, se mai ce ne fosse stato bisogno, rendono nuovamente il tutto molto incerto.

Ecco perché, a fronte di un momento storico caratterizzato da grande incertezza serve avere chiaro quello che sta accadendo attraverso una lettura storica dei dati e uno sforzo previsionale. Il lavoro prodotto con questo Osservatorio mira a dare qualcosa che prima non c'era: un quadro chiaro, e approfondito, di cosa sta accadendo nel mondo del turismo outdoor, e più precisamente en plein air, così da poter prendere con maggiore consapevolezza scelte strategiche per i nostri business.

Business che stanno cambiando: il turismo outdoor è ormai una parola chiave e distintiva del nostro settore, che comprende e va oltre il concetto di en plein air. Oggi la chiave è l'attenzione e cura verso l'ospite, costante miglioramento della qualità dei servizi, sostenibilità ambientale e legame con il territorio per trasformare il soggiorno all'aria aperta in un'esperienza ogni volta unica. Ci troviamo di fronte a un nuovo racconto dell'open air, per intercettare nuovi target di riferimento e promuovere le vacanze outdoor anche tra i nuovi segmenti di domanda in espansione.

***Domenico Montano* – DG HumanCompany**

Le previsioni per l'estate 2022

Le previsioni per l'estate 2022 si collocano in un quadro macro-economico molto complesso che rende difficile strutturare un modello previsionale a valle di situazioni contingenti quali:

1) **due precedenti estati molto critiche** per motivi legati alla pandemia;
2) a valle, si spera, di **un conflitto oramai risoluto fra Russia ed Ucraina**, dalla portata comunque in qualche modo europea;
3) in un contesto di emergenza sanitaria da Covid-19 oramai superata ma **non del tutto normalizzato.**

Continuiamo, comunque, con il nostro tentativo, a fianco a Human Company, dopo il risultato incoraggiante dell'anno scorso, con l'esercizio previsionale che si è discostato dal consuntivo di solo il 4%.

Quest'anno l'analisi è ancora più focalizzata sul segmento camping e camping village e può giovarsi del modello sviluppato nel 2021, con gli opportuni correttivi derivanti dalle evidenze della scorsa estate, la quale, per molti mercati, si è dimostrata promettente.

Si tratta, nuovamente, di un esercizio previsionale che non ha l'ambizione di raggiungere una stima in valore assoluto, ma di indirizzare le aspettative generali sui principali mercati di provenienza, rappresentando i razionali che possono portare ad uno dei due scenari che abbiamo utilizzato per la simulazione.

***Giorgio Ribaudo* – Managing Director Thrends**

La 2° edizione dell'Osservatorio

IL PERCHÉ DI UN OSSERVATORIO E IL RISULTATO DELLE STIME DELL'ESTATE 2021

Lo scopo dell'Osservatorio è quello di dare un contributo pratico offrendo una fotografia di cosa sta accadendo nel settore e una previsione di quello che ci attende nel breve periodo. La convinzione è infatti che l'analisi dei dati possa aiutare il comparto nella lettura dell'andamento del settore e di come stiano impattando specifiche dinamiche di mercato, fornendo così un contributo a decisioni strategiche importanti per gli imprenditori del settore.

L'edizione 2021 dell'Osservatorio sul turismo all'aria aperta ha prodotto una stima delle presenze estive che si è attestata in un range di errore del 4%/5% rispetto a quanto verificatosi realmente. Va tenuto in considerazione come per la prima edizione il perimetro delle stime fosse quello del turismo outdoor, nella sua accezione più ampia, ovvero camping e camping village, più agriturismi e rifugi.

La seconda edizione dell'Osservatorio sul turismo all'aria aperta si concentra su un ambito più verticale rispetto alla prima. Ovvero solo sul segmento più propriamente dell'en plein air, quindi camping e camping village, ponendosi come obiettivo quello di consolidare il suo contributo a tutto il settore fornendo spunti e indicazioni strategiche utili.

PREVISIONI ESTATE 2021 VS ANDAMENTO REALE: COME È ANDATA

Differenziale Previsioni Estate 2021 vs Andamento Reale		Estate 2021 - valori assoluti	
		Previsionale	Consuntivo*
Italia	+4,4%	27.5 mln	28.7 mln
Estero	-4,6%	22.3 mln	21.2 mln

Il margine si riferisce allo Scenario Best 2021, ovvero quello che poi si è sostanzialmente verificato. Questo scenario indicava una situazione dove le limitazioni agli spostamenti dovute al Covid-19 si sarebbero ridotte attorno al 30/04/2021. Questo scenario si è rivelato attendibile nella misura in cui i primi giorni di maggio 2021 si è assistito ad una progressiva riduzione delle limitazioni con un ritorno delle regioni verso la zona bianca e una riapertura dei confini e conseguente movimento dei viaggiatori.

*non essendo disponibili i dati a consuntivo forniti da Istat questi sono frutto di approssimazioni Thrends sulla base della quota percentuale delle categorie ricettive considerate sul totale del segmento extra-alberghiero

2.

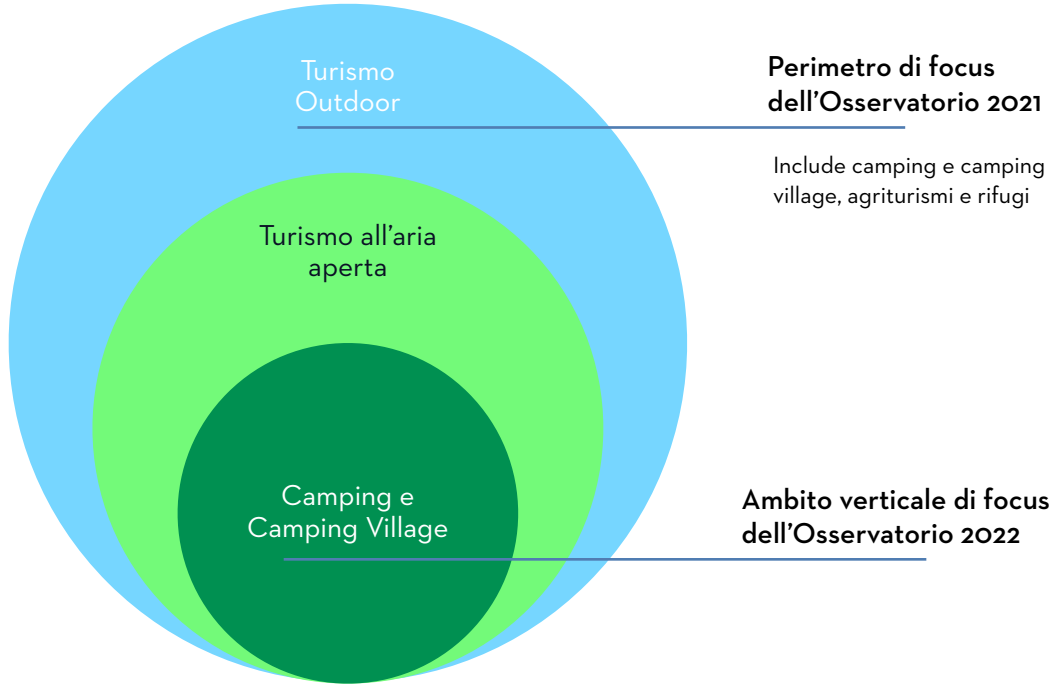
Obiettivi e metodologia

Il perimetro di questa pubblicazione

AMBITO DI ANALISI: IL SETTORE CAMPING E CAMPING VILLAGE

Il perimetro di attinenza dell'Osservatorio 2022 sul turismo all'aria aperta è appunto il mondo dei viaggi en plein air e dunque il mondo dei camping e camping village.
L'analisi di questo segmento si inserisce come focus specifico, verticale, di un più ampio spettro a cui fa riferimento l'Osservatorio che è il turismo outdoor.
L'Osservatorio vuole porsi appunto come riferimento per questo comparto del turismo, portando un contributo concreto e strategico.
Come analizzato nel 2021, possiamo definire il turismo outdoor come il macro segmento delle forme di turismo connesse a modalità di viaggio legate in qualche modo alle attività all'aria aperta e nella natura (come ad esempio camping e camping village, agriturismi e rifugi).
All'interno del turismo outdoor possiamo distinguere il segmento del turismo all'aria aperta, ovvero di quelle forme di turismo legate a mezzi di spostamento e di pernottamento flessibili e itineranti.
All'interno di questo ambito si inserisce il segmento dei camping e camping village come quelle strutture atte ad ospitare chi svolge turismo all'aria aperta con un insieme di servizi accessori.

FOCUS SUL TURISMO CAMPING E CAMPING VILLAGE



Obiettivi del rapporto

PREVISIONI IN TEMPI DI MERCATI VOLATILI

Sono numerosi i segnali nel segmento open air per un 2022 ancora migliore del 2021 e che segna la ripresa, seppure estiva, dei principali mercati internazionali di incoming sull'Italia.

Da un confronto con gli operatori e l'analisi di alcune piattaforme, si riscontrano positivi segnali che arrivano, alla data di oggi, dalla Germania e dai mercati DACH in generale, pur in un contesto di pianificazione dei viaggi in parte compromesso dall'instabilità sul fronte est dell'Europa. Instabilità che oggi pare maggiormente interessare il mondo del trasporto aereo e meno quello dei viaggi realizzati con mezzi propri (auto, camper, roulotte).

Infatti, questa instabilità, confinata sul territorio ucraino, per adesso pare poco impattare il ritmo delle prenotazioni dai mercati DACH, storicamente molto rilevanti per l'Italia nel segmento camping.

Sullo sfondo, alcune residue (perché sempre più deboli nel periodo estivo) ombre che il Covid-19 alza sullo scenario di una estate all'aria aperta completamente libera da restrizioni fra territori e libera da imposizioni nei comportamenti.

Abbiamo pertanto costruito **due diversi scenari di riferimento** per agganciare la possibile evoluzione della domanda al fattore economico e sociale questa volta più incisivo in fase di pianificazione ed acquisto di una vacanza per molti dei mercati europei: le tensioni ed incertezze sul conflitto Russia-Ucraina prendono il posto nell'analisi prima occupato dall'incertezza sull'evoluzione della pandemia Covid-19.

I MACRO OBIETTIVI DI QUESTO LAVORO

1. Inquadrare l'evoluzione del settore camping e camping village coinvolgendo un panel di opinion leader di settore che mostri la percezione degli operatori sull'evoluzione del segmento nel corso degli ultimi anni.

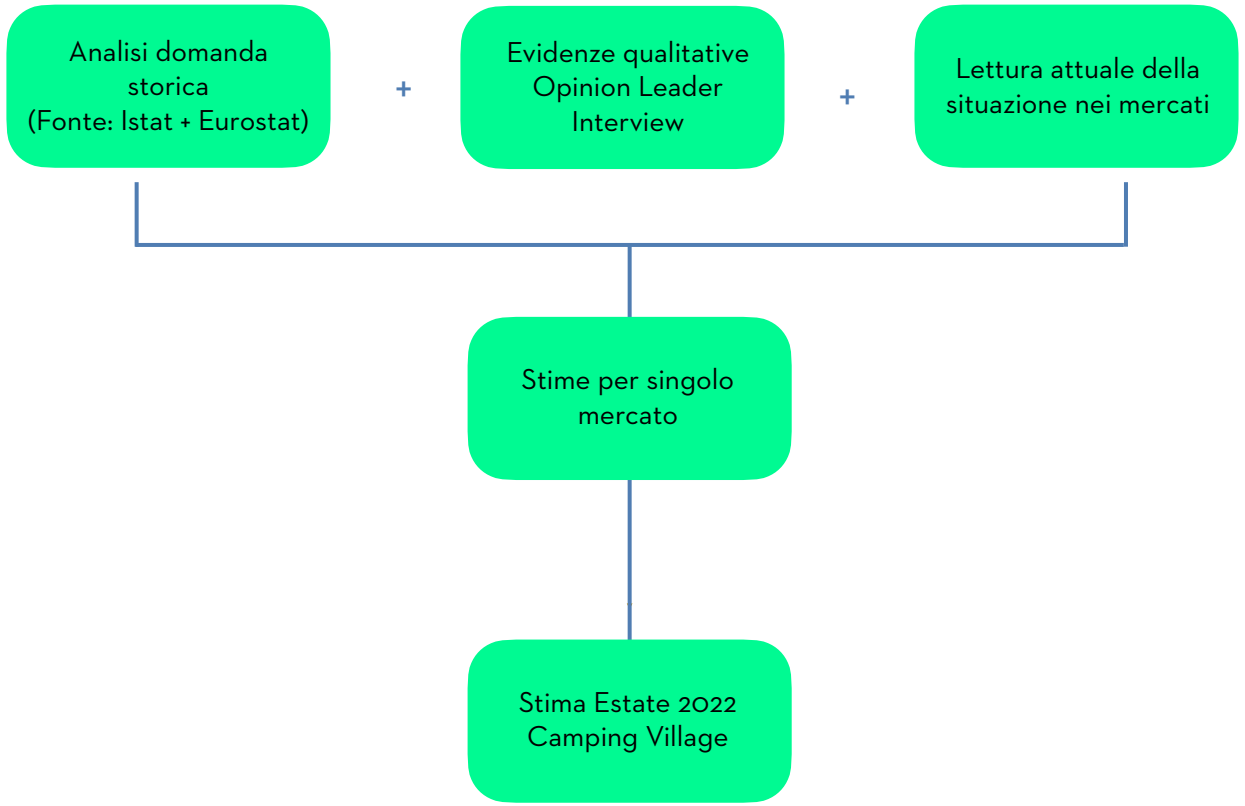
3. Tratteggiare il quadro dell'andamento del settore camping e camping village durante gli anni 2020 e 2021 e capire la reazione del settore durante questo periodo pandemico.

5. Giungere ad una stima dell'andamento della domanda per il segmento camping e camping village nell'estate 2022.

Metodologia

METODOLOGIA DI ANALISI

I dati storici del rapporto sono di origine ISTAT ed EUROSTAT.
I due set di dati hanno coperture parzialmente diverse, in quanto il dato EUROSTAT fa riferimento ai soli camping.
In particolare, al fine dell'analisi dei dati relativi al mondo camping 2017-2021, si sono utilizzati dati Eurostat (che mette a disposizione anche il 2021 cosa che, alla data di redazione di questo report, Istat ancora non rende disponibile).
Per l'analisi dei dati italiani, e del confronto tra alberghiero ed extra-alberghiero 2015-2021, si sono utilizzati dati Istat1.
Si evidenzia come i dati Eurostat ed Istat possono differire, specialmente nell'analisi dei dati camping, in quanto è differente l'attribuzione in questi cluster delle diverse classi di attività (Eurostat nel segmento camping conta solo le società con classe NACE 55.3).
Per i dati previsionali il modello utilizzato si basa su assunzioni costruite per singolo paese di provenienza (mercato estero ed interno), tenendo conto di come la propensione alla vacanza outdoor possa cambiare a seconda dello scenario (Best e Worst) di riferimento.
In particolare, le assunzioni sono poi agganciate al trend storico (estate) 2017-2021 per la determinazione del (estate) 2022, tenuto conto del riscontro ottenuto dal panel di esperti e dell'andamento consuntivo riscontrato nel corso dell'estate 2021.



1) Per entrambi i dataset a disposizione, THRENDS è dovuta ricorrere a delle stime per i mesi di novembre e dicembre 2021, essendo non ancora disponibili i dati di questi mesi.

3.

Focus Outdoor: il turismo all'aria aperta durante la pandemia

Il turismo all'aria aperta durante la pandemia

HIGHLIGHTS DEL TURISMO ALL'ARIA APERTA* NEL 2021

*dati Eurostat - camping

39,2 mil — Presenze camping 2021 — +39,1%

+39,1% le presenze del 2021 sul 2020. In valori assoluti parliamo di circa 11 milioni di presenze in più nel 2021.

2020 — -32% mercato nazionale; -65% mercato internazionale — ***Rispetto al 2019*** — -26,4 mil

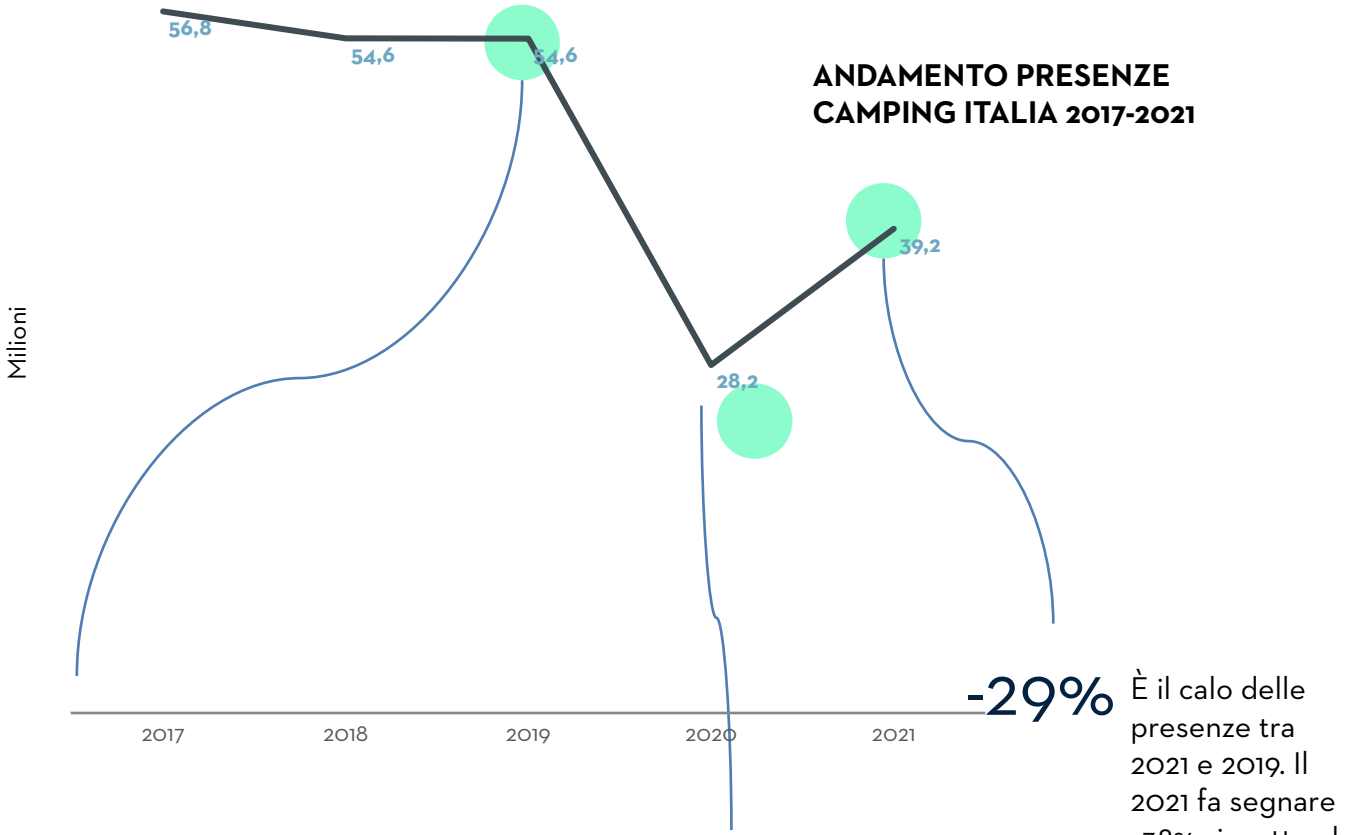
Nel 2020 le presenze camping si fermano a 28,2 milioni contro le 54,6 del 2019 (-48%, o in termini assoluti -26,4 milioni di presenze).

2021 — -23% mercato nazionale; -33% mercato internazionale — ***Rispetto al 2019*** — -15,4 mil

Nel 2021 le presenze camping si fermano a 39,2 milioni contro le 54,6 del 2019 (-28%, o in termini assoluti -15,4 milioni di presenze).

Andamento presenze camping

Cosa è successo tra 2020 e 2021



-4% Calo presenze camping tra 2017 e 2019

-48% È il calo delle presenze tra 2020 e 2019*

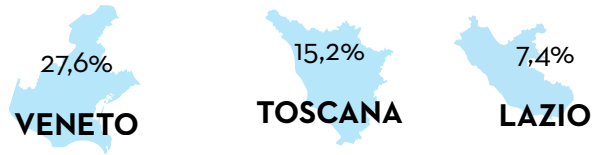
-29% È il calo delle presenze tra 2021 e 2019. Il 2021 fa segnare +38% rispetto al 2020

dati Eurostat - camping

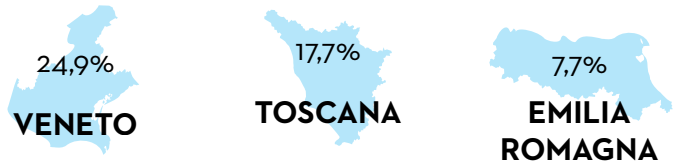
IL SETTORE CAMPING NEL 2021: UNA RIPRESA CHE DÀ FIDUCIA

I dati Eurostat del settore camping (NACE 55.3) mostrano una buona ripresa nel corso del 2021, +39,1% rispetto al 2020, andando a recuperare parte della domanda persa nel corso del 2020 (-48% rispetto al 2019). Le presenze si attestano sotto i 40 milioni complessivi nel 2021, ancora lontane dai circa 55 milioni del 2019. Il trend mostrava però come il segmento en plein air avesse visto calare nel triennio 2017-2019 le presenze. Il momento attuale può essere visto come opportunità per una nuova spinta data dalle esigenze diverse della domanda.

TOP 3 DESTINAZIONI CAMPEGGI E VILLAGGI 2019



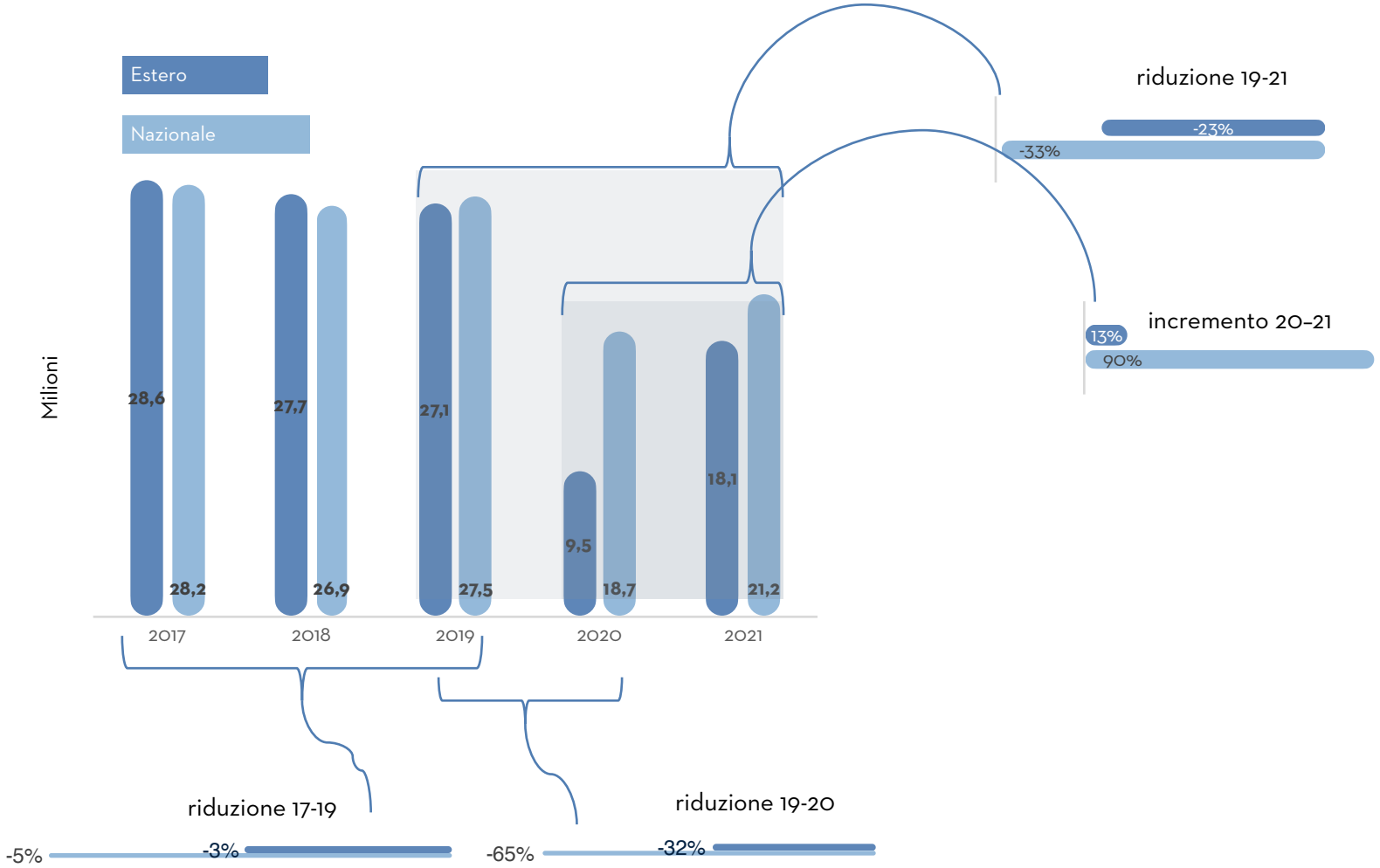
TOP 3 DESTINAZIONI CAMPEGGI E VILLAGGI 2020



Andamento presenze camping

Confronto tra mercato nazionale ed estero

ANDAMENTO PRESENZE CAMPING PER MERCATO 2017-2021



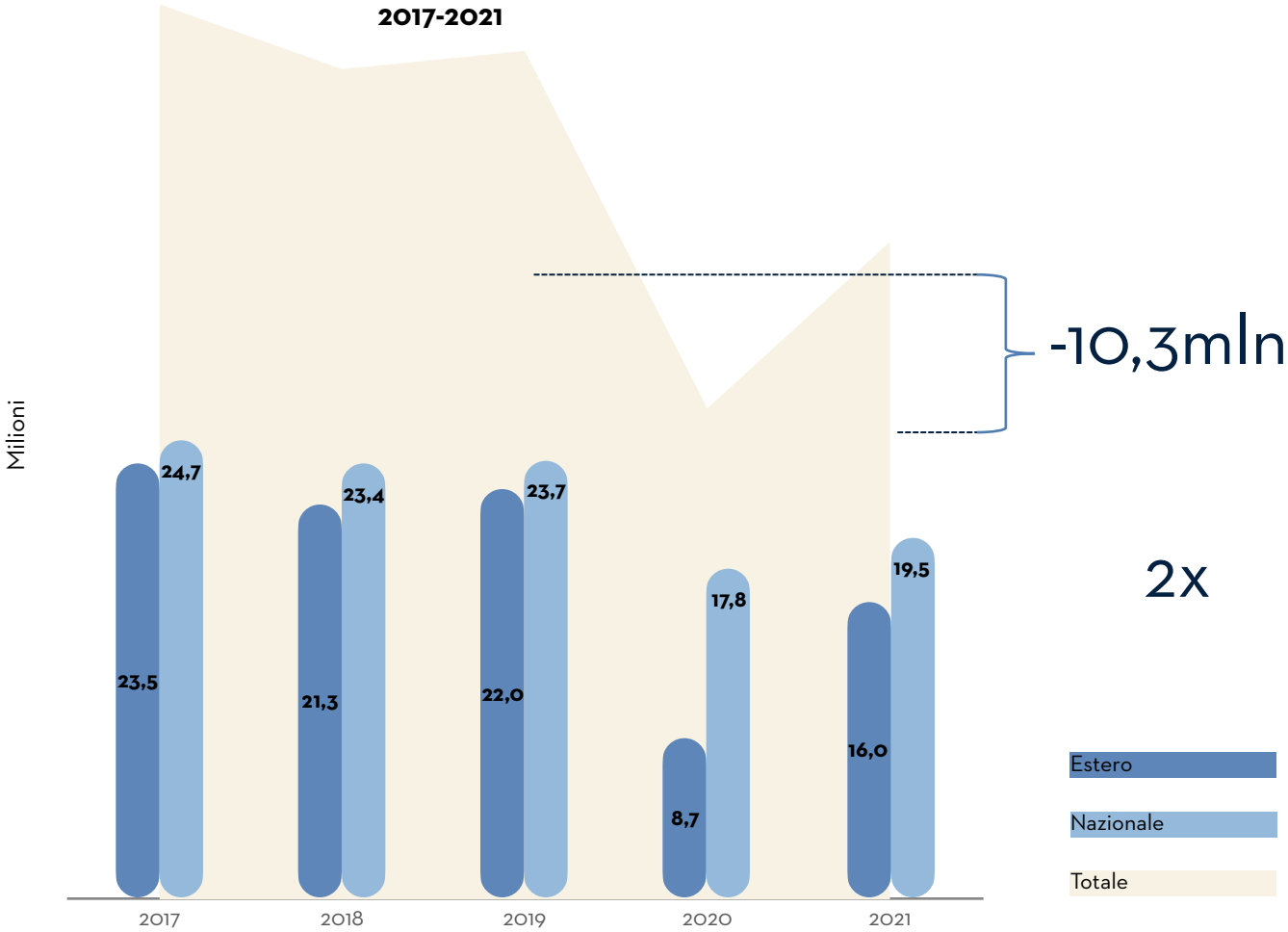
dati Eurostat - camping

MERCATO NAZIONALE STABILE, MERCATO ESTERO IN RIPRESA

Nel 2021 notiamo una sostenuta ripresa del mercato estero che sostanzialmente raddoppia le sue presenze del 2020 facendo segnare un -33% rispetto al 2020. In sostanza si riavvicina molto ai 27 milioni di presenze pre-Covid fermandosi a 18,1 nel 2021. Più contenuta la crescita del mercato italiano che passa dai circa 19 milioni del 2020 agli oltre 21 del 2021 (-23% rispetto ai 27 milioni del 2019).
Sia mercato italiano che estero erano in leggera flessione tra 2017 e 2019, rispettivamente -3% e -5%.
Se il trend visto nelle ultime estati (restrizioni minori, maggiore circolazione) dovesse confermarsi è lecito aspettarsi che i due mercati possano ancora crescere durante la prossima stagione estiva recuperando ancora parte della domanda persa.

Stagione estiva 2021 per i camping

ANDAMENTO PRESENZE CAMPING STAGIONE ESTIVA 2017-2021



dati Eurostat - camping

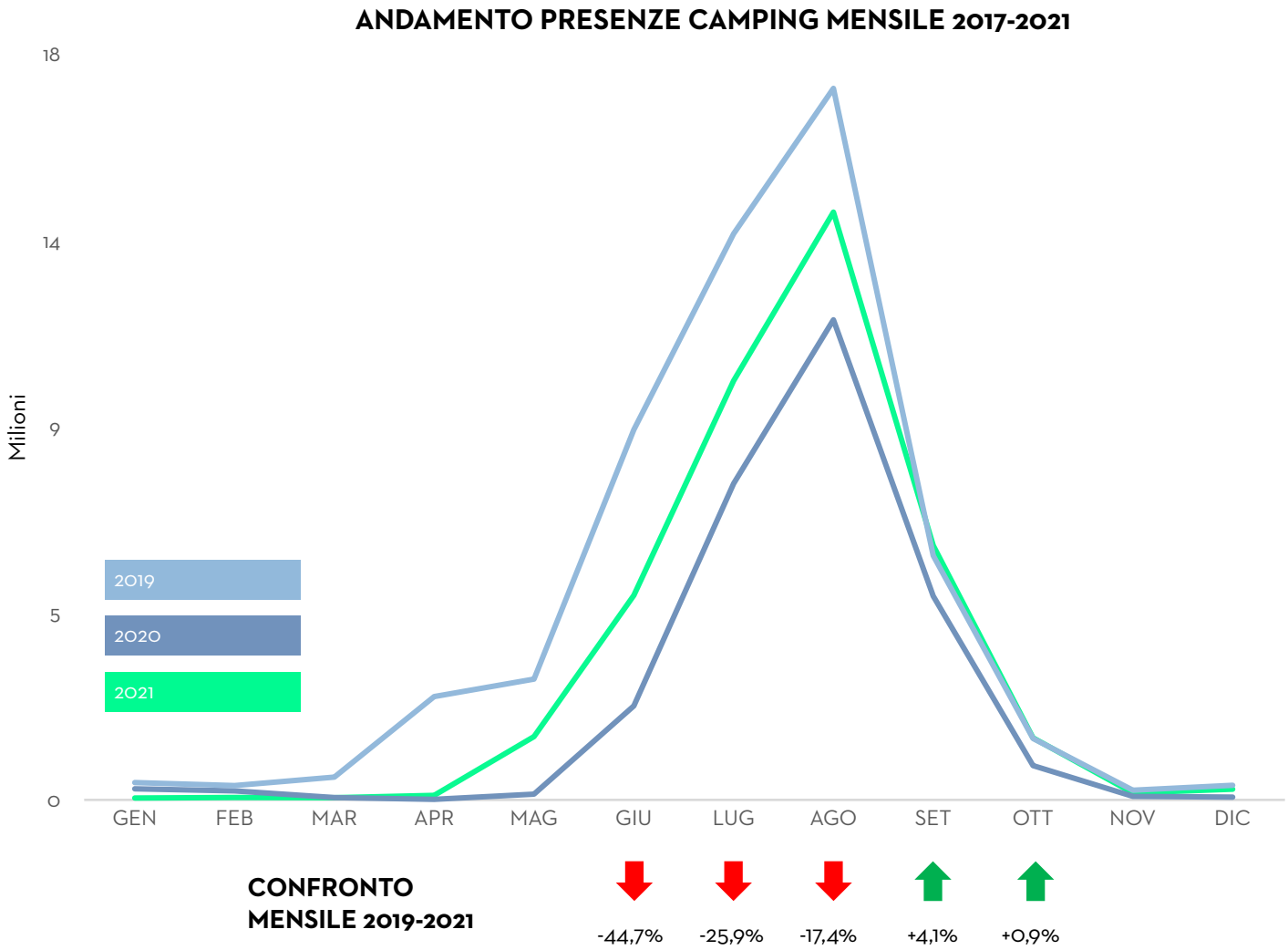
È il gap ancora presente tra 2021 e 2019 (era oltre i 19 milioni nel 2020)

La domanda estera nei camping è praticamente raddoppiata tra 2020 e 2021

STAGIONE ESTIVA 2021: DIMEZZATO IL CALO RISPETTO AL 2020

Osservando l'andamento della stagione estiva (equivale a i mesi da giugno a settembre per questa pubblicazione) possiamo notare il recupero della domanda nel 2021.
La stagione estiva è quella che assorbe circa il 90% di tutta la domanda relativa al segmento camping e notiamo come nel 2021 si attesti attorno ai 35 milioni, circa 10 in meno del 2019 (-23%).
Nel 2020 la riduzione è stata del -42% per 26,4 milioni di presenze (-22 milioni).
La domanda nazionale ha perso il 25% nel corso del 2020, mentre nel 2021 il 18%, passando dai 17,7 milioni dell'estate 2020 ai 19,4 milioni dell'estate 2021.
La domanda estera ha visto un incremento più consistente passando dal -61% del 2020 al -28% del 2021, raddoppiando quasi il suo volume, dai 8,7 milioni dell'estate 2020 ai 16 milioni dell'estate 2021.

Andamento mensile dei camping



dati Eurostat - camping

TRA ESTATE E AUTUNNO I CAMPING FANNO SEGNARE NUMERI MIGLIORI DEL 2021

La stagione invernale è in perdita, rispetto al 2019, mentre la stagione estiva fa segnare numeri incoraggianti e a volte anche migliori del 2019.
Il grafico mensile mette in luce come tra agosto, settembre e ottobre le curve degli anni si avvicinino molto. Infatti le presenze del mondo camping di agosto 2021 sono inferiori al 2019 del 17% mentre addirittura migliori a settembre e ottobre (+4% e +1%).
Sulle buone performance di settembre ed ottobre incidono alcuni fattori contingenti:

- **Percezione di sicurezza e «livello di pericolo» basso**. Ciò sembra confermare come, più sia alta la percezione di sicurezza, data da restrizioni assenti, una ritrovata abitudine agli spostamenti, minore percezione di rischio (numeri sui contagi in calo), più le persone ritrovano la fiducia di andare in vacanza.
- **Riprogrammazione periodi di vacanza**. Molti, abituati magari ad andare in vacanza in periodi come giugno, abbiano riprogrammato le proprie vacanze in altri periodi data la situazione ancora incerta in quei mesi.
- **Clima favorevole in autunno**. Le evoluzioni climatiche a cui stiamo assistendo portano a momenti autunnali dove il clima è similare a quello estivo e spinge le persone a regalarsi dei weekend aggiuntivi alle ferie estive nei momenti autunnali.

Evoluzione dell'andamento delle categorie ricettive

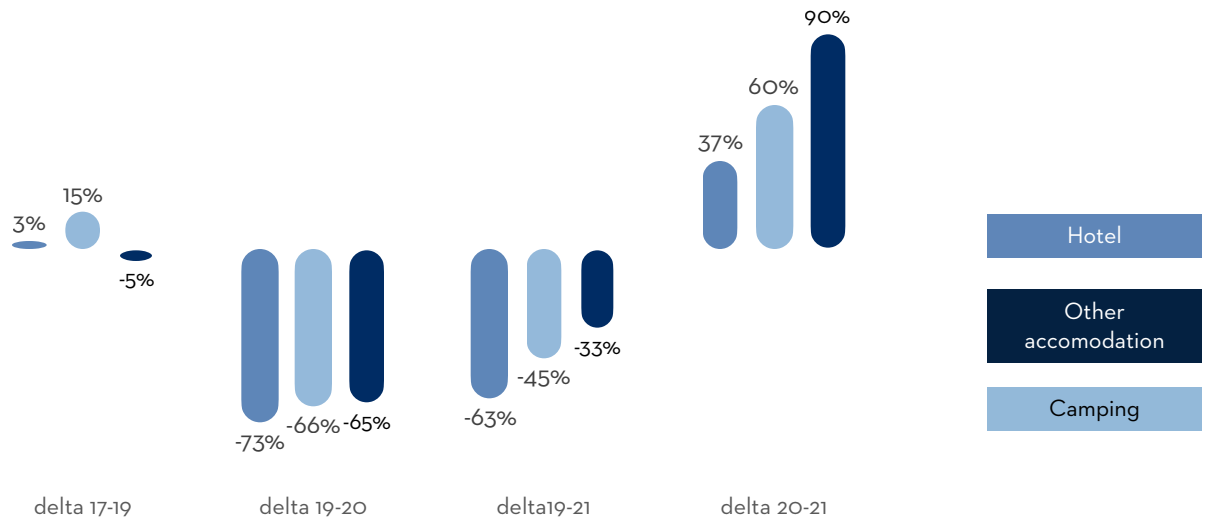
IL SETTORE CAMPING ATTRAE L'ESTERO: LA SFIDA SONO LE STRATEGIE PER STABILIZZARE LA DOMANDA

Osservando l'evoluzione dell'andamento delle categorie ricettive (hotel, other accomodation, camping, come da suddivisione Eurostat) nel corso degli anni di analisi 2017-2021 possiamo ricavare alcune indicazioni sul loro comportamento:

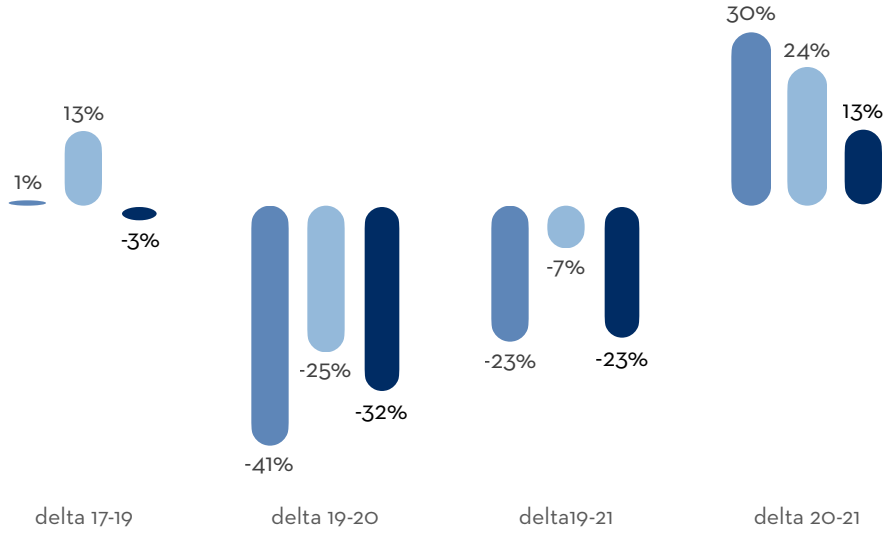
- Delta 17-19: solo la categoria other accomodation era in fase di crescita come presenze (per entrambi i mercati).
- Delta 19-20: i camping e other accomodation hanno perso meno nel primo anno di riferimento della pandemia.
- Delta 19-21: i campeggi hanno ridotto la perdita nel secondo anno di pandemia ma le altre categorie hanno recuperato più terreno.
- Delta 20-21: è il mercato estero che ha optato in particolare per il segmento camping, recuperando le quote perse, mentre quello italiano ha visto soprattutto un recupero dei volumi alberghieri.

In estrema sintesi notiamo come il settore camping abbia perso meno nel primo anno pandemico e abbia recuperato nel secondo anno pandemico (2021) in particolare con il mercato estero (rimbalzo maggiore tra 2020 e 2021). Anche il settore other accomodation ha avuto un comportamento similare mentre più in difficoltà quello alberghiero (in particolare per via della quota delle destinazioni city&arts).
La sfida è dunque riuscire a mantenere il trend di recupero dei volumi e riuscire a mantenerlo tale a fronte di nuove esigenze della domanda e dell'evoluzione del prodotto.

TASSI DI CRESCITA MERCATO ESTERO 2017-2021



TASSI DI CRESCITA MERCATO ITALIANO 2017-2021



Mercati esteri del segmento camping e camping village

I top 5 mercati esteri e la loro evoluzione

MERCATI ESTERI: ANALISI DELLE REGIONI DI DESTINAZIONE

Si è vista l'importanza dei mercati esteri sul peso delle presenze camping nel corso degli ultimi anni (circa 50% presenze totali camping nel 2019).
Nel corso del 2020 tutti i mercati esteri si sono ridotti drasticamente: i mercati di lingua tedesca rimangono dominanti in valori assoluti (circa 9 milioni nel 2020) e hanno beneficiato di una maggiore vicinanza con il nostro paese che ha facilitato gli spostamenti, specie verso le regioni più di confine.
Va evidenziato come vi era però un trend negativo già in atto tra 2017 e 2019 dei due principali mercati esteri del segmento, ovvero Germania e Paesi Bassi.
Grazie ai dati Istat si compie un'analisi delle principali regioni di destinazione della domanda camping dei principali mercati esteri. I primi 5 mercati esteri raggruppano circa l'88% di tutte le presenze camping e camping village nel 2020, andando a intensificare il loro peso (era poco meno dell'80% nel 2019).

Presenze camping e camping village per mercato	2017	2018	2019	2020	Peso % mercato 2020
Germania	15.717.242	15.249.378	15.339.113	7.015.887	57%
Paesi Bassi	5.766.108	5.523.800	4.937.357	1.779.406	14%
Svizzera e Liechtenstein	2.235.033	2.254.273	2.281.507	1.059.369	9%
Austria	1.770.845	1.763.309	1.822.774	806.876	7%
Francia	1.389.377	1.565.153	1.376.459	293.684	2%

dati Istat

TOP 3 INSIGHTS MERCATI ESTERI

1. Riduzione attorno al 50% per i mercati DACH, superiori al 50% per tutti gli altri nel 2020.

2. Nel 2020 il calo di mercati come DACH è stato minore molto probabilmente per via della maggiore vicinanza alle principali destinazioni di riferimento.

3. La visione del triennio 2017-2019 vedeva in stanca alcuni mercati chiave come Germania e Paesi Bassi ma anche Danimarca e Belgio. È probabile una ricerca da parte dei viaggiatori di nuove soluzioni e servizi a fronte di nuove esigenze.

Germania

Situazione 2017-2019

-2,4%

Riduzione 2019-2020

-54,3%

Nel 2020 la riduzione delle presenze tedesche si attesta attorno al 54%. Un calo era già in atto tra 2017-2019 (-2%, 15.339.113 presenze nel 2019). 5 regioni assorbono circa l'80% della domanda tedesca in questo segmento nel 2019: Veneto, 51% per 7.782.827 presenze, Toscana, 9%, Alto Adige e Lombardia, 7% (queste ultime tutte con più di 1 milione di presenze) e infine Trentino. Nel 2020 queste stesse regioni continuano ad assorbire l'80% della domanda tedesca ma si vede un aumento della quota dell'Alto Adige e del Trentino a discapito delle altre regioni. In particolare tra queste regioni è il Trentino ha perdere di meno del 2020, circa il 43% (374,465 presenze), seguito dall'Alto Adige (-47% per 577,143 presenze). Le altre regioni sono sopra il 50% di riduzione.

	2017	2018	2019	2020
Germania (camping & camping village)	**15.717.242**	↓	↓	↓
BOLZANO - BOZEN	1.000.737	↑	↑	↓
LOMBARDIA	1.085.561	↓	↑	↓
TOSCANA	1.423.637	↓	↑	↓
TRENTO	635.321	↓	↑	↓
VENETO	7.920.606	↓	↓	↓

In che regioni sono andati i tedeschi?
Percentuale di presenze tedesche in quella regione rispetto al totale di presenze tedesche camping e camping village in quell'anno.

Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Veneto	50,7%	1° →	**Veneto**	50,5%
Toscana	9,3%	2° →	**Toscana**	9,1%
Lombardia	7,4%	3° →	**Lombardia**	8,2%
Alto Adige	8.2%	4° →	**Alto Adige**	7,4%
Trentino	4,3%	5° →	**Trentino**	5,3%

Olanda

Situazione 2017-2019

-14,4%

Riduzione 2019-2020

-64,0%

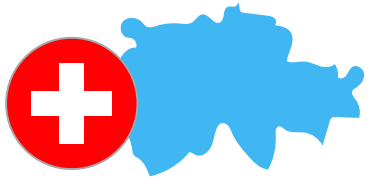
Nel 2020 la riduzione delle presenze olandesi è di oltre il 60%, una quota superiore ai paesi DACH ma inferiore a quelli dell'est e nordici.
I campeggi e villaggi facevano registrare già un -14% di presenze nel triennio 2017-2019 assetandosi nel 2019 a 4.937.357.
Le principali regioni di destinazioni per il mercato olandese sono rimaste invariate durante il 2020: circa il 75% della domanda è raccolto da Veneto che assorbe oltre il 36% delle presenze (644.767 nel 2020,-58,9% rispetto alle 1.567.400 presenze nel 2019 in calo a loro volta del 15% sul 2017); Toscana (292.032 nel 2020, -67% sul 2019) e Lombardia (234.705 nel 2020, 63,8% rispetto alle 649.601 del 2019).
Un ulteriore 13% di domanda è assorbito in modo equivalente da Piemonte e Trentino.

	2017	2018	2019	2020
Paesi Bassi (camping & camping village)	**5.766.108**	↓	↓	↓
LOMBARDIA	769.652	↓	↓	↓
PIEMONTE	414.404	↑	↓	↓
TOSCANA	1.024.840	↓	↓	↓
TRENTO	381.942	↓	↓	↓
VENETO	1.852.873	↓	↓	↓

In che regioni sono andati gli olandesi?
Percentuale di presenze olandesi in quella regione rispetto al totale di presenze olandesi camping e camping village in quell'anno.

Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Veneto	31,1%	1° →	**Veneto**	36,2%
Toscana	17,9%	2° →	**Toscana**	16,4%
Lombardia	13,1%	3° →	**Lombardia**	13,2%
Piemonte	7,5%	4° →	**Piemonte**	7,9%
Trentino	7,1%	5° →	**Trentino**	5,6%

Svizzera



Situazione 2017-2019

+2,1%

Riduzione 2019-2020

-53,6%

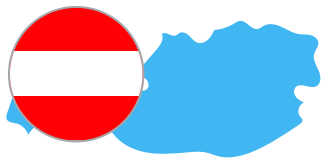
Nel 2020 la riduzione del mercato è in linea con gli altri paesi germanofoni attorno al 50% per 1.059.369. I campeggi e villaggi nel triennio 2017-2019 avevano un trend positivo +2% a 2.281.507 presenze nel 2019. Delle prime 5 destinazioni, che assorbono circa il 78% della domanda elvetica, vedono perdere un po' della loro quota sul totale del mercato svizzero nel 2020 il Veneto (323.622 presenze, -59,5% rispetto alle 799.735 presenze del 2019)) e la Sardegna (75.013, -60% rispetto alle 187.687 presenze del 2019) a favore di Toscana (260.655, -43% rispetto alle 457.294 presenze del 2019) e Lombardia (88.093, -45% rispetto alle 159.488 presenze del 2019) e Piemonte (80.182, -50% rispetto alle 159.353 presenze del 2019).

	2017	2018	2019	2020
Svizzera (camping & camping village)	**2.235.033**	↑	↑	↓
LOMBARDIA	139.714	↑	↑	↓
PIEMONTE	157.817	↑	↓	↓
SARDEGNA	196.327	↓	↑	↓
TOSCANA	413.814	↓	↓	↓
VENETO	821.285	↓	↓	↓

In che regioni sono andati gli svizzeri?
Percentuale di presenze svizzere in quella regione rispetto al totale di presenze svizzere camping e camping village in quell'anno.

Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Veneto	35,1%	1° →	**Veneto**	30,5%
Toscana	20,0%	2° →	**Toscana**	24,6%
Sardegna	8.2%	3° →	**Sardegna**	8,3%
Piemonte	7%	4° →	**Piemonte**	7,6%
Lombardia	7%	5° →	**Lombardia**	7,1%

Austria



Situazione 2017-2019

+3,0%

Riduzione 2019-2020

-55,7%

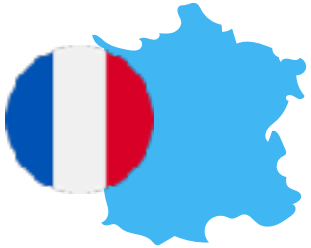
Durante il triennio 2017-2019 le presenze austriache erano in crescita del +3% a 1.822.774. Nel 2020 la riduzione è di circa il 55% a 806.876 presenze. Il Veneto assorbe da solo oltre il 50% delle presenze austriache (457.967 nel 2020, -55% sul 2019). Seguono il Friuli, che era in crescita negli anni precedenti (si ferma a 104.982 presenze nel 2020, -63%); la Toscana (52.436 presenze nel 2020, -47,9%), il Trentino che è tra queste regioni quella che perde di meno (-35% per 42.442 presenze nel 2020) e la Lombardia (11.741 presenze nel 2020, -49,2%). Queste ultime 4 regioni arrivano a circa la metà delle presenze austriache generate dal Veneto.

	2017	2018	2019	2020
Austria (camping & camping village)	**1.770.845**	↓	↑	↓
FRIULI-VENEZIA GIULIA	268.696	↑	↑	↓
LOMBARDIA	56.076	↓	↑	↓
TOSCANA	98.589	↓	↑	↓
TRENTO	66.617	↓	↓	↓
VENETO	1.006.090	↓	↑	↓

In che regioni sono andati gli austriaci?
Percentuale di presenze austriache in quella regione rispetto al totale di presenze austriache camping e camping village in quell'anno.

Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Veneto	56,4%	1° →	**Veneto**	56,8%
Friuli V. Giulia	15,6%	2° →	**Friuli V. Giulia**	13,0%
Toscana	5,5%	3° →	**Toscana**	6,5%
Trentino	3,6%	4° →	**Trentino**	5,3%
Lombardia	3,3%	5° →	**Lombardia**	3,2%

Francia



Situazione 2017-2019

-1,0%

Riduzione 2019-2020

-78,7%

Le presenze francesi del segmento camping erano in calo dell'1% a 1.376.459 presenze nel 2019. Nel 2020 il calo è poco sotto l'80%, in media con altre nazioni come quelle dell'est o quelle nordiche. Le destinazioni principali del mercato francese sono nel 2020 Toscana (54.996 presenze nel 2020, -77,9%), Veneto (54.940 presenze nel 2020, -75,3%), Sardegna (41.748 presenze nel 2020, -74,7%) che contano assieme quasi il 50% delle presenze. Nel 2020 crolla il mercato laziale (-92,4% a 16.916 presenze) che esce dalla top 5 a favore della Liguria (29.460 presenze nel 2020, -69,5%) e dell'Emilia Romagna (20.547 presenze nel 2020, -76,9%).

	2017	2018	2019	2020
Francia (camping & camping village)	**1.389.377**	↑	↓	↓
LAZIO	207.183	↑	↑	↓
LIGURIA	110.234	↑	↓	↓
SARDEGNA	123.027	↑	↑	↓
TOSCANA	247.440	↑	↓	↓
VENETO	226.699	↓	↓	↓

In che regioni sono andati i francesi?

Percentuale di presenze francesi in quella regione rispetto al totale di presenze francesi camping e camping village in quell'anno.

Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Toscana	18,7%	1° →	Toscana	17,5%
Veneto	16,2%	2° →	Veneto	18,7%
Lazio	16,2%	3° →	Sardegna	14,2%
Sardegna	12,0%	4° →	Liguria	10%
Liguria	7,0%	5° →	Emilia Romagna	7,0%

Italia

Nel 2020 il mercato italiano si riduce del 25,4% a 25.131.902 presenze. Il mercato interno era in crescita dell'1% rispetto al 2017 (33.701.935 presenze nel 2019). Le prime 5 destinazioni del mercato italiano assorbono circa il 60% della domanda interna. La Toscana fa segnare il maggior numero di presenze (5.156.399 milioni nel 2020, -16,3%), seguita da Veneto (3.745.994 milioni nel 2020, -5,5%), Emilia Romagna (2.486.168 milioni nel 2020, -20%), Puglia (2.045.994 milioni nel 2020, -22,1%) e Marche (1.836.025 milioni nel 2020, -25,6%). Esce dalle principali regioni il Lazio (1,022,625 milione nel 2020, -68,9%)

Situazione 2017-2019

+1,0%

Riduzione 2019-2020

-25,4%

	2017	2018	2019	2020
Italia (camping & camping village)	**33.304.631**	↓	↑	↓
EMILIA ROMAGNA	3.286.983	↓	↓	↓
LAZIO	2.658.664	↑	↑	↓
PUGLIA	2.830.607	↓	↓	↓
TOSCANA	5.759.735	↑	↑	↓
VENETO	4.046.047	↓	↓	↓

In che regioni sono andati gli italiani?
Percentuale di presenze italiane in quella regione rispetto al totale di presenze italiane camping e camping village in quell'anno.

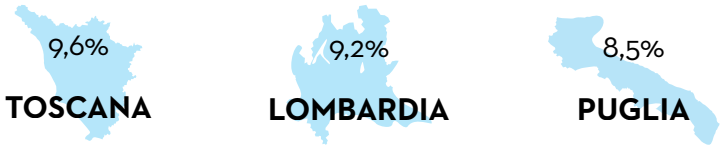
Top 5 destinazioni 2019			Top 5 destinazioni 2020	
Toscana	18,3%	1° →	**Toscana**	20,5%
Veneto	11,8%	2° →	**Veneto**	14,9%
Lazio	9,7%	3° →	**Emilia Romagna**	9,9%
Emilia Romagna	9,2%	4° →	**Puglia**	8,1%
Puglia	7,8%	5° →	**Marche**	7,3%

Italia: le destinazioni del segmento camping per il mercato italiano

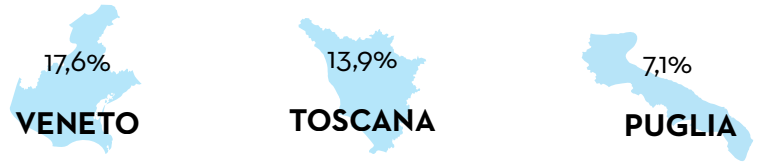
OFFERTA CAMPING: DUE REGIONI SU TUTTE

L'offerta ricettiva camping italiana vede affermarsi 2 regioni rispetto a tutte le altre (dati Istat disponibili al 2020). Da un lato la Toscana, con il numero più alto di esercizi in Italia nel 2020 (241); dall'altro il Veneto con il maggior numero di posti letto in Italia nel 2020 (oltre 230 mila in 186 strutture; la Toscana seconda forza si attesta sugli oltre 181 posti letto) e con il dimensionamento medio maggiore (oltre 1230 posti letto per campeggio; il Friuli seconda realtà si ferma a poco più di 760 posti per campeggio). Altre regioni rilevanti sono la Lombardia (230 strutture, 89 mila posti letto) e la Puglia (214 strutture, 92 mila posti letto).

TOP 3 REGIONI PER NUMERO DI CAMPEGGI E VILLAGGI 2020



TOP 3 REGIONI PER POSTI LETTO CAMPEGGI E VILLAGGI 2020



dati Istat

Offerta ricettiva camping e camping village

Focus sulle prime regioni italiane

LE PRIME 6 REGIONI ITALIANE NELL'OFFERTA CAMPING

Nelle due tabelle si presentano le prime 6 regioni in Italia distinte per numero di esercizi e di posti letto.
Nel quinquennio 2015-2020 gli esercizi calano in Italia del -7,5% pur essendoci due regioni come Lazio e Lombardia che vedono crescere il loro numero di strutture.
Anche i posti letto calano del -4,5% con in particolare una riduzione più marcata della Puglia (-24,1%).
Da notare come invece il dimensionamento medio aumenti: una prova di come il mercato si stia consolidando attorno a realtà mediamente più grandi.

N° esercizi	2015	2019	2020	Delta '15-'20	Quota 2020
Lazio	131	150	153	16,8%	6,1%
Lombardia	209	218	230	10,0%	9,2%
Marche	195	194	195	0,0%	7,8%
Puglia	221	212	214	-3,2%	8,5%
Toscana	245	247	241	-1,6%	9,6%
Veneto	187	187	186	-0,5%	7,4%
Totale	**2708**	**2616**	**2506**	**-7,5%**	**100%**

Posti letto	2015	2019	2020	Delta '15-'20	Quota 2020	Dim. Medio 2015	Dim. Medio 2020
Emilia Romagna	91.931	92.008	88.445	-3,8%	6,8%	729,6	731
Lazio	78.944	86.415	88.111	11,6%	6,8%	602,6	575,9
Lombardia	90.971	90.049	89.887	-1,2%	6,9%	435,3	390,8
Puglia	122.439	95.983	92.930	-24,1%	7,1%	554	434,3
Toscana	183.882	184.486	181.781	-1,1%	13,9%	750,5	754,3
Veneto	230.311	230.901	230.177	-0,1%	17,6%	1237,5	1231,6
Totale	**1.365.661**	**1.322.467**	**1.304.744**	**-4,5%**	**100,0%**	**504,3**	**520,6**

dati Istat

4.

Italia 2021: transizione del turismo

La domanda turistica in Italia

LA DOMANDA TURISTICA IN ITALIA. L'EVOLUZIONE TRA 2015 E 2021

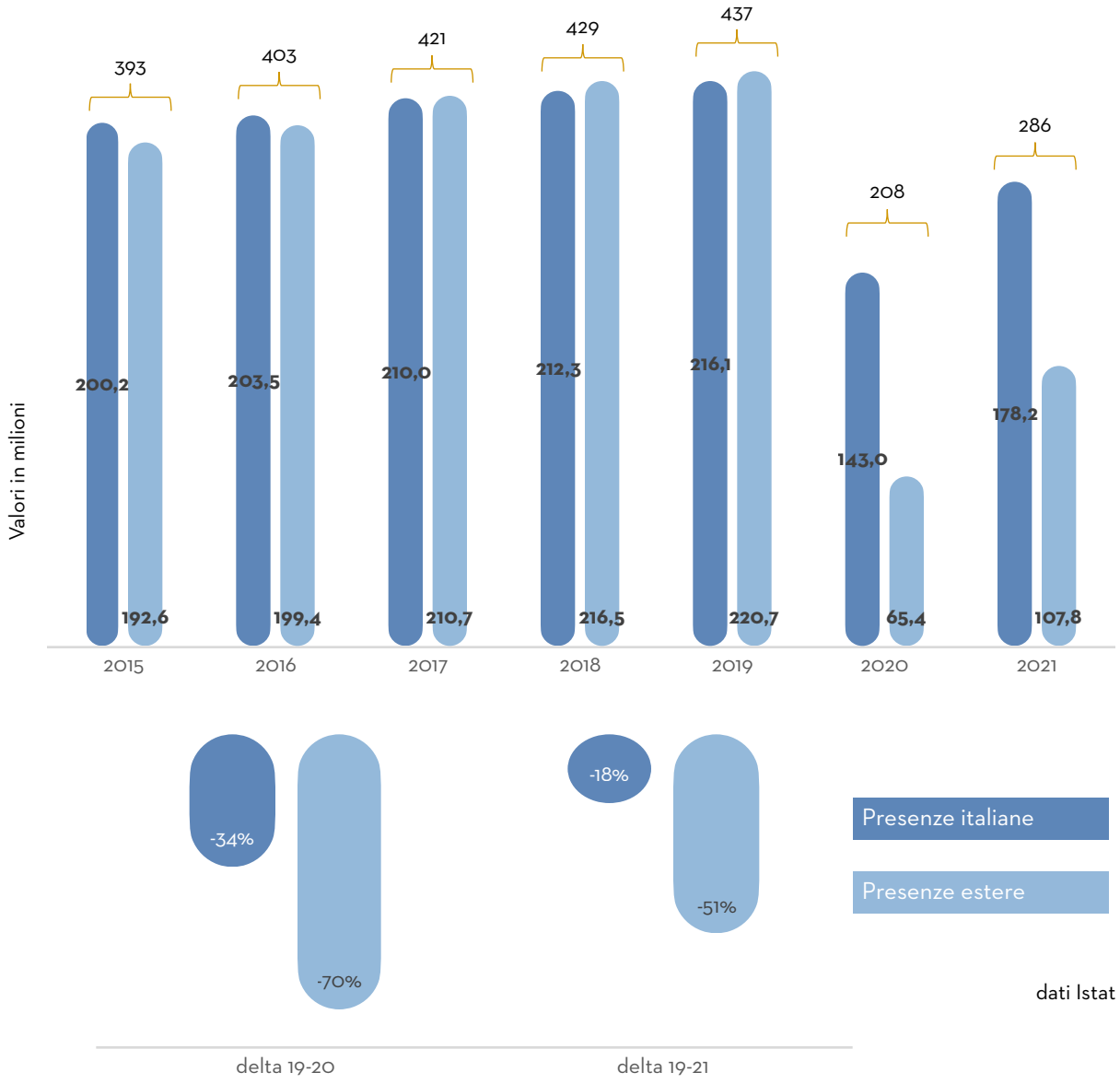
Il 2021 è stato il secondo anno caratterizzato dalla pandemia da Covid-19.

I flussi turistici hanno ancora risentito delle varie restrizioni e limitazioni, pur con periodi di allentamento, come quello estivo, che hanno favorito una certa ripresa.

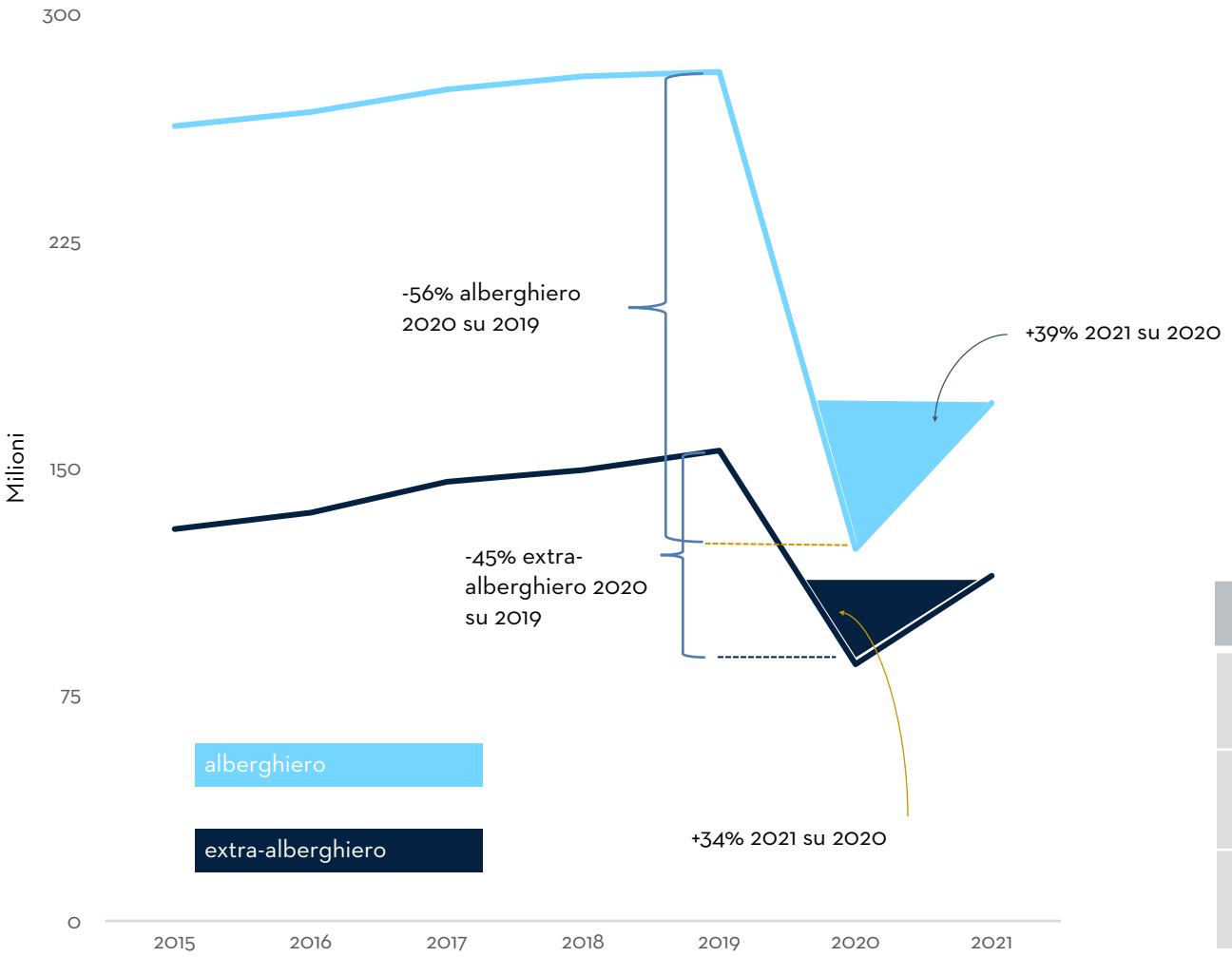
Andando ad osservare i numeri notiamo come il 2021 sia stato complessivamente migliore del 2020 (286 milioni di presenze contro 208).

Tenendo presente che i mesi gennaio-febbraio 2020 sono stati senza restrizioni, al contrario degli stessi mesi nel 2021, i numeri generati dal 2021 segnano una ripresa decisa, evidenziando come, senza limitazioni, i flussi turistici possano tornare a riprendersi.

È chiaro come il mercato nazionale sia primario in questo momento e prima di tornare ad avere un sostanziale equilibrio, come prima della pandemia, tra i due mercati occorrerà attendere una maggiore stabilità soprattutto nei segmenti long-haul.



Alberghiero vs extra-alberghiero



dati Istat

QUALE CATEGORIA RICETTIVA HA ATTIRATO I TURISTI DURANTE LA PANDEMIA?

Se nel pre-pandemia i livelli di presenze tra alberghiero italiano ed estero erano simili (140,4 mln contro 140,5 mln) nel 2021 la differenza è molto marcata (112,1 mln contro 59,3 mln nel 2021). Situazione diversa per l'extra-alberghiero che prima della pandemia vedeva numeri simili tra i due mercati (75,7mln dell'italiano contro 80,1mln dell'estero) e nel 2021 vede i due mercati riavvicinarsi molto sia ai livelli assoluti che tra di loro (66 mln dell'italiano contro 48,4 mln dell'estero). Dunque l'extra-alberghiero più facilmente può tornare sui livelli pre-pandemia, recuperando anche le sue quote di mercato estero.

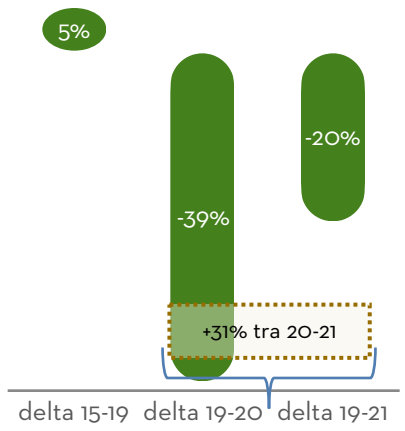
	Valori in migliaia	2019	2020	2021
Italia	alberghiero	140.376	85.634	112.184
	extra-alberghiero	75.699	57.369	66.000
Estero	alberghiero	140.561	37.631	59.350
	extra-alberghiero	80.101	27.811	48.429
Totale	alberghiero	280.937	123.266	171.534
	extra-alberghiero	155.801	85.180	114.430

Quanto ha recuperato il 2021?

L'EXTRA-ALBERGHIERO PUÒ TORNARE PRIMA AI SUOI LIVELLI PRE-PANDEMIA?

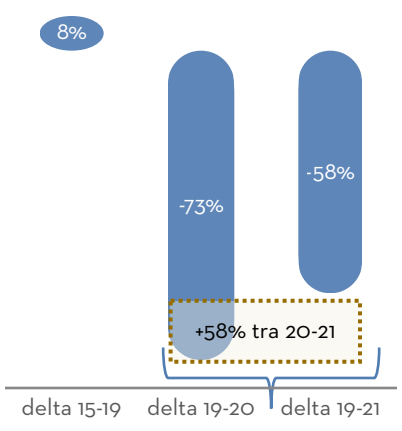
Confrontando i tassi tra 2015-2019 (periodo pre-pandemico), 2019-2020 (prima ondata pandemia) e 2019-2021 (seconda ondata pandemia) possiamo osservare come si siano orientati i flussi turistici.
L'extra-alberghiero è in generale quello che più ha contenuto i contraccolpi della domanda: nel 2021 il mercato italiano è a -13% sul 2019 e quello estero a -40%. E in particolare dimostra un maggior recupero della domanda estera per cui recupera ben 20 milioni di presenze rispetto al 2020, pari al 74% dei volumi persi; va evidenziato che già in periodo pre-covid aveva il maggiore tasso di crescita.
Come si vedrà nelle slide successive addirittura l'extra-alberghiero per il mercato italiano segna nel 2021 numeri migliori che nel 2019 nel mese di settembre.
Nel recupero dell'alberghiero pesa certamente l'impatto del mercato estero sulle città d'arte, ma questo ribadisce come, per i mercati leisure e i periodi estivi di vacanza, il comparto extra-alberghiero stia diventando una scelta comparabile all'alberghiero.

Alberghiero Italia



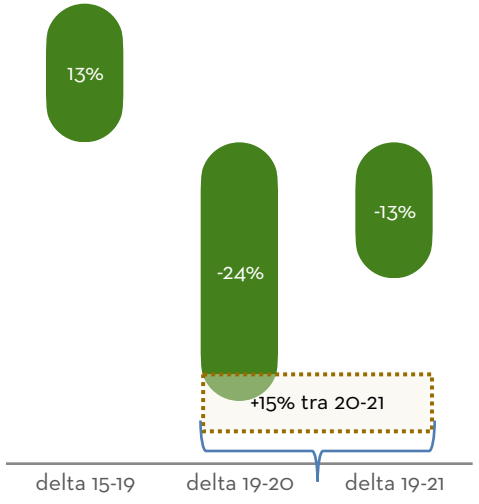
Pari a +26,5 mln presenze del 2021 sul 2020

Alberghiero Estero



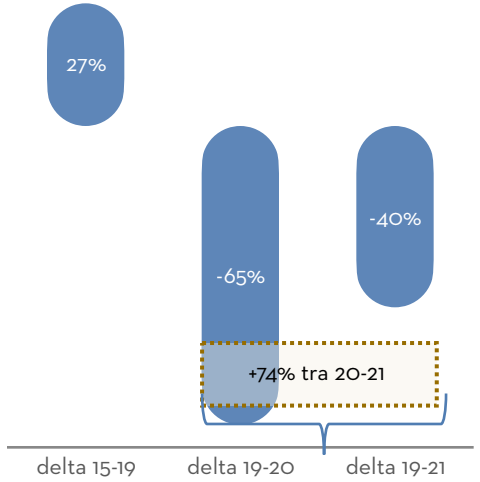
Pari a +21,7 mln del 2021 sul 2020

Extra-Alberghiero Italia



Pari a +8,6 mln del 2021 sul 2020

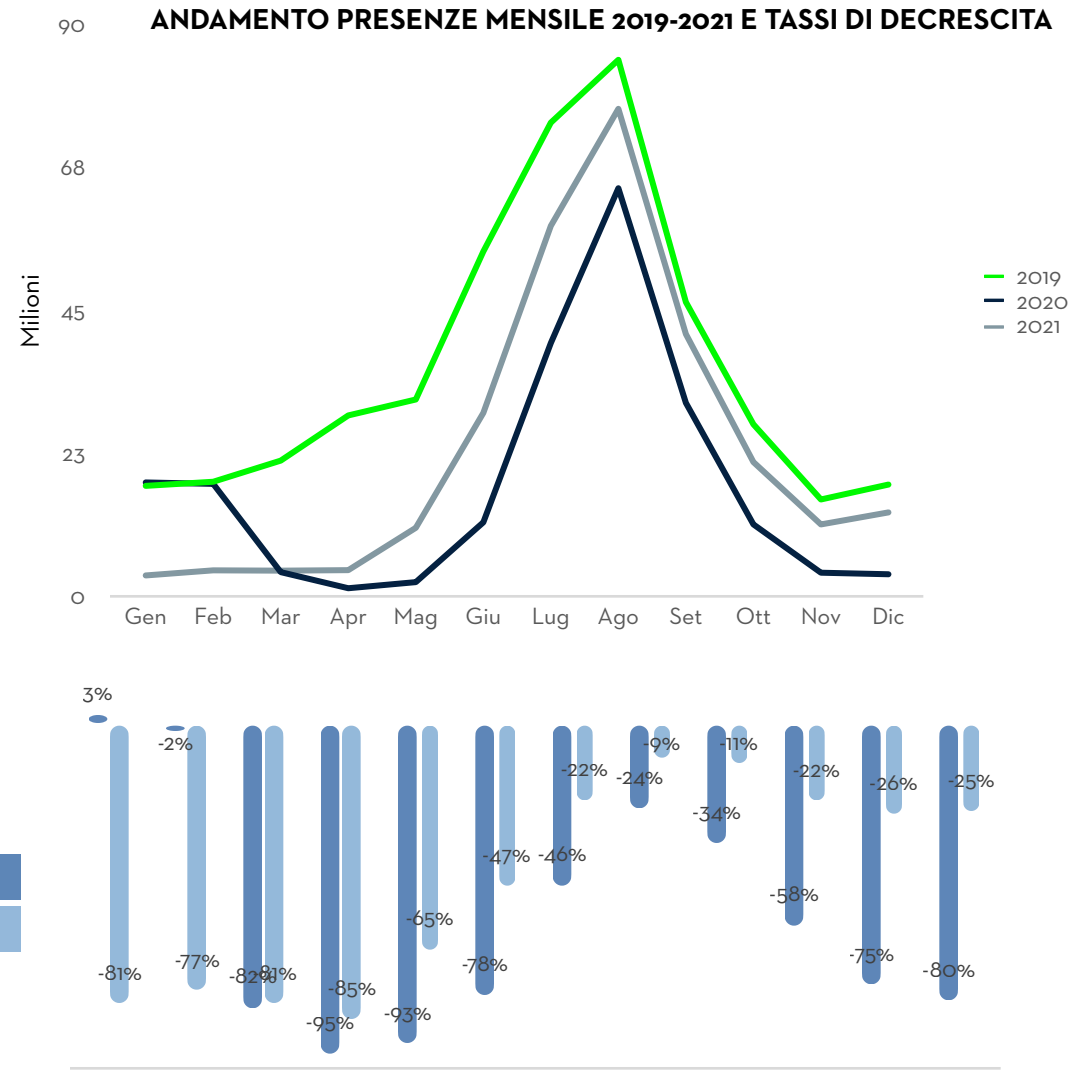
Extra-Alberghiero Estero



Pari a +20,6 mln del 2021 sul 2020

dati Istat

Andamento mensile presenze in Italia



dati Istat

L'ESTATE SOSTIENE I FLUSSI E LE IMPRESE TURISTICHE

L'andamento mensile delle presenze in Italia ci mostra come la stagione estiva stia sostenendo le attività turistiche in questo periodo.
Il 2021, pur essendo partito peggio del 2020 nei primi mesi dell'anno (gennaio-marzo), ha generato flussi maggiori, grazie alla maggior fiducia delle persone, alle minori restrizioni, all'arrivo del vaccino nei paesi europei.
Da luglio in poi la curva del 2021 si avvicina molto a quella del 2019, salvo poi tornare a calare, quasi come nel 2020, con l'arrivo della stagione invernale e della nuova ondata, con conseguenti restrizioni.
Andamento speculare da parte dei tassi di decrescita nel confronto tra 2019 e i due anni caratterizzati dalla pandemia.

*i mesi di novembre e dicembre sono frutto di stime Thrends non essendo i dati ufficiali Istat ancora disponibili al momento di redazione di questo report

Estate 2021: il mercato italiano torna ai livelli 2019

IL MERCATO ITALIANO VUOLE VIAGGIARE: SETTEMBRE-OTTOBRE 2021 MEGLIO DEL 2019

Nei mesi estivi (in questo caso considerati da maggio ad ottobre) possiamo notare come il mercato italiano, nel 2021, faccia risultare performance migliori che nel 2019. Presenze pressoché identiche in agosto (-0,4%), addirittura superiori in settembre (+11%), ed ottobre (+5%), leggermente al di sotto dello storico a luglio (-2%). Maggio e giugno sono stati i mesi dove vi sono state i cali maggiori ma erano anche mesi di minor afflusso per il mercato italiano (-38% e -21% rispettivamente).
Evidentemente diverso l'andamento del mercato estero che fa segnare performance in calo in tutti i mesi estivi. Anche in questo caso sono agosto (-22%) e settembre (-26%) quelli che hanno numeri migliori rispetto agli altri. Per il mercato estero pesano maggio (-82%) e giugno (-69%), storicamente mesi di grande afflusso estero, ma dove ancora erano alte le restrizioni.

MERCATO ITALIA

MIGLIOR MESE ESTIVO 2021

+11%

settembre

PEGGIORE MESE ESTIVO 2021

-38%

maggio

Numeri in migliaia (.000)	2019	2020	2021
Mag	11.940	↓	↓
Giu	24.826	↓	↓
Lug	37.782	↓	↓
Ago	50.357	↓	=
Set	19.038	↓	↑
Ott	9.888	↓	↑

MERCATO ESTERO

MIGLIOR MESE ESTIVO 2021

-22%

agosto

PEGGIORE MESE ESTIVO 2021

-82%

maggio

Numeri in migliaia (.000)	2019	2020	2021
Mag	19.119	↓	↓
Giu	29.546	↓	↓
Lug	36.894	↓	↓
Ago	34.216	↓	↓
Set	27.364	↓	↓
Ott	17.262	↓	↓

dati Istat

Extra alberghiero: Italia ed estero a confronto nei mesi estivi

+15%

Il livello dell'extra-alberghiero nazionale a settembre 2021 rispetto settembre 2019 (contro il +9% dell'alberghiero).

-34%

Il calo dell'extra-alberghiero estero nell'estate 2021 (rispetto al 2019) contro il -53% dell'alberghiero estero.

2x

A luglio ed agosto i turisti stranieri nel segmento extra-alberghiero sono quasi raddoppiati rispetto al 2020 (ma comunque volumi inferiori al 2019).

	2019		2020		2021	
Numeri in migliaia (.000)	**extra-alberghiero Italia**	**extra-alberghiero estero**	**extra-alberghiero Italia**	**extra-alberghiero estero**	**extra-alberghiero Italia**	**extra-alberghiero estero**
Mag	3.881	6.034	931	163	2.836	1.791
Giu	9.259	12.187	4.695	1.005	7.985	4.380
Lug	15.248	16.921	12.971	5.447	15.091	10.943
Ago	21.597	16.368	21.595	8.519	21.059	14.411
Set	6.241	9.972	6.584	6.245	7.165	9.289

dati Istat

L'EXTRA-ALBERGHIERO PIÙ ATTRATTIVO DELL'ALBERGHIERO PER IL MERCATO ESTERO

Il mercato estero ha visto recuperare più facilmente le sue quote nel comparto extra-alberghiero rispetto che a quello alberghiero (-34% 2021 su 2019 contro -53% dell'alberghiero).

Questa notizia evidenzia due indicazioni:

1. Da un lato questo si spiega con il fatto che una quota principale del mercato estero nel settore alberghiero era generata in particolare dalle strutture di città d'arte: destinazioni che hanno subito ancora di più il contraccolpo pandemico rispetto a quelle leisure e che sono comunque meno gettonate durante il periodo estivo (dove si è viaggiato di più).
2. Dall'altro lato si rimarca come per i turisti stranieri la scelta di una struttura extra-alberghiera per la vacanza leisure estiva sia un'opzione primaria, vale a dire una soluzione che mettono sullo stesso livello di una alberghiera.

Da evidenziare anche come a luglio ed agosto il mercato italiano registri volumi simili al 2019 nel settore extra-alberghiero, addirittura superiori a settembre.

Panel Opinion Leader

Intervista a 10 opinion leader del segmento outdoor

Alberto Granzotto
Presidente Faita Nordest

Paolo Bertolini
Presidente della Marina
di Venezia S.p.A.

Luca Neboli
Direttore commerciale e
marketing Baia Holiday

Loek Van De Loo
Founder & CEO Vacanze
col Cuore

Terzo Martinetti
Amministratore Società
Glamping Cesenatico srl

Panel Opinion Leader

Intervista a 10 opinion leader del segmento outdoor

Alessandro Catel
Presidente e Amministratore Delegato alla Progettazione e Sviluppo – Gruppo Vacanze Sait srl

Sigmar Cavazza
Managing Director di Fornella Camping & Wellness Family Resort

Luca Neboli
Chief Operating Officer Union Lido

Paolo Buffoli
Country manager Italy - Vacanceselect

Pierpaolo Sica
Sales and Account Manager International – ADAC Camping GmbH

Panel Opinion Leader

Quali indicazioni emergono? 1/3

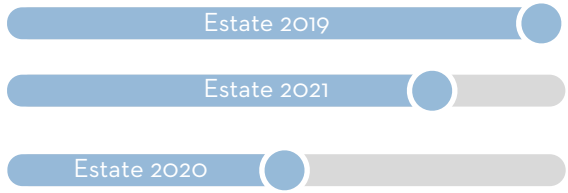
ESTATE 2021: MEGLIO O PEGGIO DEL 2020?

L'estate 2021 è stata molto vicina al 2019 e per alcuni operatori anche migliore del 2019.
Va precisato come, a seconda delle aree geografiche e dell'impatto su queste aree del mercato straniero, il risultato diventa al di sotto del 2019 piuttosto che in linea con il 2019.
Va evidenziato anche un generale aumento delle tariffe che impatta sulla risposta a seconda del punto di vista. Difatti si afferma come dinnanzi ad una quota delle presenze più bassa per molte strutture, dovuta in particolare alla perdita del flusso straniero nei periodi di Pentecoste e dei mesi iniziali di stagione, in realtà vi sia un risultato economico particolarmente buono.
A conferma di quanto i dati nelle slide precedenti hanno mostrato si evidenzia un settembre con ottimi tassi di occupazione. In generale dunque la domanda dimostra che può distribuirsi anche nei periodi più di bassa stagione.

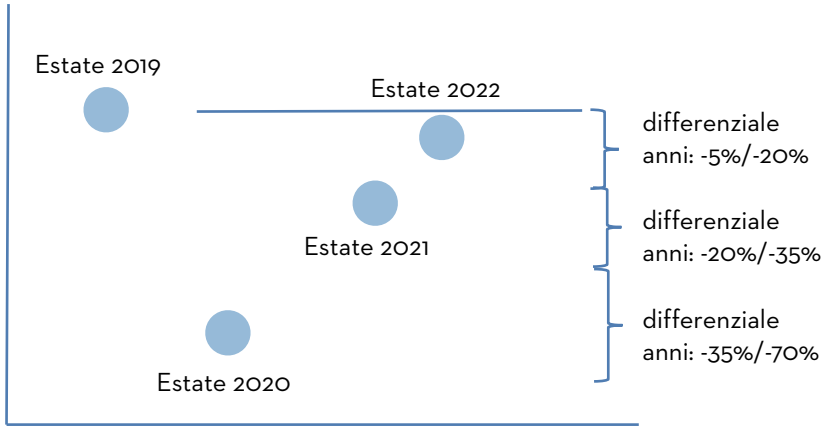
ESTATE 2022: QUALE SITUAZIONE SI STA DELINEANDO?

La percezione degli opinion leader è quella di un'estate 2022 che sarà ancora migliore di quella del 2021 andando ad avvicinarsi molto a quella del 2019. Anche qui la risposta può cambiare a seconda che si prenda di vista il numero delle presenze o il fatturato.
Dunque una situazione che si delinea come in continua ripresa e che può determinare un ritorno ai livelli pre-pandemia già nel 2022. Da valutare, però, l'impatto della crisi russo-ucraina sull'andamento delle prenotazioni estere. Infatti molti segnalano come il trend di prenotazione positivo si sia interrotto e si sia tornati in una situazione difficile da leggere, soprattutto per specifici mercati.

RISULTATO DELLA STAGIONE ESTIVA 2021 VS 2019.



LA STAGIONE ESTIVA 2022: PERCEZIONE



Panel Opinion Leader

Quali indicazioni emergono? 2/3

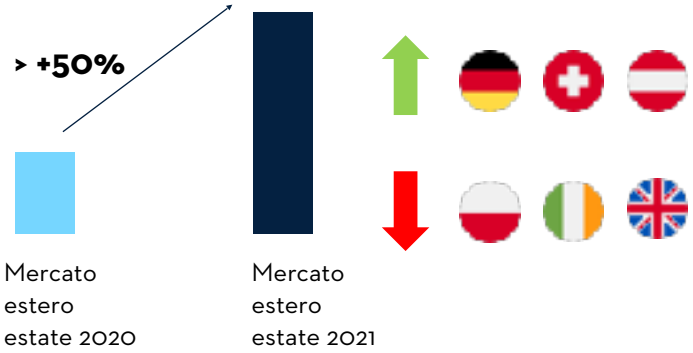
MERCATI ESTERI: SONO TORNATI NEL 2021?

Gli opinion leader hanno sottolineato un aumento del flusso turistico estero nell'estate 2021 che in media può essere rappresentato da un aumento del 50% della domanda rispetto al 2020. Sono stati in particolar modo i mercati di lingua tedesca quelli che hanno sostenuto la domanda estera nell'estate 2021. I mercati che non hanno visto un recupero dei loro flussi sono stati quelli dell'est e del nord Europa, e in particolare i territori di lingua inglese.

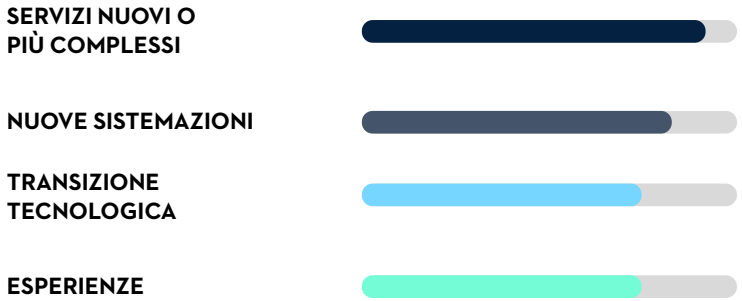
I TURISTI DEL MONDO EN PLEIN AIR STANNO CAMBIANDO?

Emerge un'indicazione chiara: i turisti open air diventano sempre più esigenti in termini di servizi richiesti. Il periodo pandemico ha portato ad avvicinare nuovi turisti alle forme di viaggio en plein air ma anche a richiedere più servizi e sistemazioni diverse, più curate, a richiedere livelli di sanificazione e pulizia molto elevati, a volere un'offerta ricettiva completa.
Sta cambiando la percezione della vacanza open air come qualcosa di semplice e basilare, una vacanza «spartana», in favore di una vacanza di qualità, particolare e con servizi curati che arricchiscono l'esperienza di viaggio.
Il mercato interno è molto aumentato e chiede sempre più servizi simili all'hotellerie. Si tratta di clienti nuovi per il segmento e con necessità ed esigenze diverse, come la ricerca di privacy, di servizi di qualità, di opzioni di riassetto e pulizia, di F&B strutturati.

QUAL È STATO L'AUMENTO DEL MERCATO ESTERO NELLA STAGIONE ESTIVA 2021?



TOP4 CAMBIAMENTI DELLA DOMANDA EMERSI



Panel Opinion Leader

Quali indicazioni emergono? 3/3

C'È UN MAGGIORE INTERESSE DEGLI INVESTITORI NEL MONDO EN PLEIN AIR?

L'evoluzione della percezione della vacanza open air ha portato non solo ad un maggiore interesse della domanda ma anche ad un interesse da parte degli investitori. L'impressione degli opinion leader è che ci sia una maggiore attenzione da parte degli investitori sul business del camping e del turismo all'aria aperta ma manchi un eguale attenzione da parte dei decisori pubblici sulle questioni riguardanti questa forma di turismo.
Dunque ci sono prospettive interessanti per il business en plein air ma la parte legislativa e normativa rischia di essere un freno a progetti di investimento.

FATTORI RILEVANTI E OSTATIVI AGLI INVESTIMENTI

Scarsa considerazione delle istituzioni

Crescita investimenti regioni competitor

Crescita interesse investitori

Difficoltà normative

L'ATTUALE CRISI UCRAINO-RUSSA IMPATTERÀ SULLA DOMANDA?

È concorde l'opinione di una situazione che può impattare su alcuni mercati limitrofi a quelli interessati dalla crisi. Per quanto il mercato open air dei paesi coinvolti dalla crisi non fosse rilevante come presenze, le conseguenze in termini di percezione e diffidenza da parte di altri paesi può essere rilevante.
A questo si deve aggiungere l'aumento dei prezzi delle materie prime e dei carburanti che rendono di per sé più onerosa la spesa della vacanza e soprattutto può ridurre il budget che viene destinato per la vacanza stessa.

IMPATTO DELLA CRISI UCRAINO-RUSSA

90%
Al momento situazione poco impattante considerati i mercati principali di riferimento

5.

Previsioni estate 2022: cosa ci attende

Prospettive di mercato

Quale quadro attenderci per l'estate 2022

Le previsioni sono improntate ad un criterio di massima prudenza.
Questo in ragione del fatto che in generale, alla data di questo rapporto, non è chiaro il quadro evolutivo del conflitto in Ucraina e quello della situazione pandemica per i prossimi mesi, pertanto le stime divengono comunque complesse perché agganciate ad un'ampia moltitudine di fattori.
Fra gli aspetti ritenuti fondamentali per le stime di incremento nei trend dei mercati esteri si è ritenuta fondamentale l'analisi del trend dell'estate 2021. Questa ha rappresentato un rimbalzo già molto significativo sul 2020 e proprio questo scostamento evidente non deve trarre in inganno rispetto a quanto ancora può recuperarsi sui volumi del 2019.
Dato l'andamento del 2020 e 2021 tendiamo a stimare una ripresa migliore del mercato di lingua tedesca rispetto a quello fiammingo, del nord Europa e dell'est Europa. Ciò porta ad un trend del mercato estero in crescita anche se con un'incidenza non paragonabile al 2021 (effetto rimbalzo sul 2020).
Il mercato italiano sta già fornendo interessanti evidenze di un costante recupero e pertanto si ritiene possa anche superare nel 2022 i risultati del 2021.

HIGHLIGHTS

SCENARIO WORST 2022	range delle stime per l'estate 2022	SCENARIO BEST 2022
45,4 mil		48 mil
+2% sul 2021		+8% sul 2021

Fattori di impatto

CRISI UCRAINO-RUSSA

La variabile più impattante in questo momento. La situazione creatasi genera instabilità su più fronti (umanitario, economico, logistico, etc). In base all'andamento del conflitto (risoluzione, avanzamento, espansione) cambieranno i piani di vacanza estiva per i paesi coinvolti e quelli limitrofi.

LAST MINUTE

La grande incertezza del contesto globale porta a un temporeggiamento maggiore nell'organizzazione della vacanza. In altri termini si riduce la booking window e aumentano le prenotazioni last minute. Questo porta ad avere maggiori richieste sotto data e una maggiore tensione commerciale.

INFLAZIONE E CARO-CARBURANTI

Le ripercussioni del conflitto, ma anche del periodo pandemico, sull'aumento del prezzo delle materie prime, e contestualmente l'innalzamento dell'inflazione, influenzeranno la disponibilità economica per le vacanze delle persone. È chiaro come l'aumento del costo del carburante possa spingere a valutare mete più vicine.

GREEN PASS E VACCINAZIONI

La recente notizia della fine del Green Pass al 1° maggio per l'Italia rende questo argomento meno impattante sulla propensione e organizzazione di viaggio. Le ultime due stagioni estive hanno mostrato un rallentamento della curva epidemiologica e un senso di maggiore sicurezza delle persone.

TARIFFE FLESSIBILI (CANCELLAZIONI)

Sempre più la prenotazione dei viaggiatori sarà legata a tariffe flessibili che possano riparare dall'esposizione a rischi dell'ultimo minuto. Questo crea anche una maggiore incertezza sull'arrivo del cliente o a dover fare uno sforzo commerciale per coprire eventuali cancellazioni.

RIDUZIONE PERMANENZA MEDIA

L'aumento dei costi e la ricerca di maggiore flessibilità può portare i viaggiatori ad optare per periodi di vacanza più brevi ma magari ripetuti durante il corso della stagione estiva. Ciò implica un movimento turistico anche nelle code di stagione.

Modello previsionale: 2 scenari

SCENARIO BEST 2022

Le considerazioni alla base di questo scenario

In questo scenario si considera che la crisi ucraino-russa possa risolversi entro il 15/05/2022.
Possiamo prevedere un aumento del flusso derivante dai mercati DACH e centro/nord europei. I paesi dell'Est Europa vedrebbero un aumento contenuto della domanda e questo dipenderà anche dalla vicinanza di confine con le aree di conflitto.
Per il mercato interno possiamo ipotizzare che il conflitto poco incida sull'andamento del flusso e possiamo immaginare un trend costante rispetto all'anno scorso che quindi veda flussi importanti anche nei primi mesi della stagione.

Nei successivi grafici viene rappresentato dal colore verde

SCENARIO WORST 2022

Le considerazioni alla base di questo scenario

In questo scenario si considera che la crisi ucraino-russa non si risolva entro il 15/05/2022 e generi instabilità in tutto l'Est Europa al punto da bloccare molte persone dal viaggiare.
Considerando un non coinvolgimento di altri paesi ma uno stato di grande allerta e preoccupazione si può immaginare che i volumi dei paesi dell'Est Europa possano contrarsi. Per gli altri paesi (geograficamente più lontani dal conflitto) possiamo prevedere un leggero aumento dei flussi anche se su questo peserà la percezione di sicurezza e le altre problematiche che possono generarsi come il caro-carburante.
Per il mercato interno possiamo ipotizzare che questa situazione poco incida sull'andamento del flusso (potrebbe farlo di più soprattutto nei primi mesi della stagione estiva) e possiamo immaginare un trend costante rispetto all'anno scorso.

Nei successivi grafici viene rappresentato dal colore rosso

Modello previsionale: le assunzioni

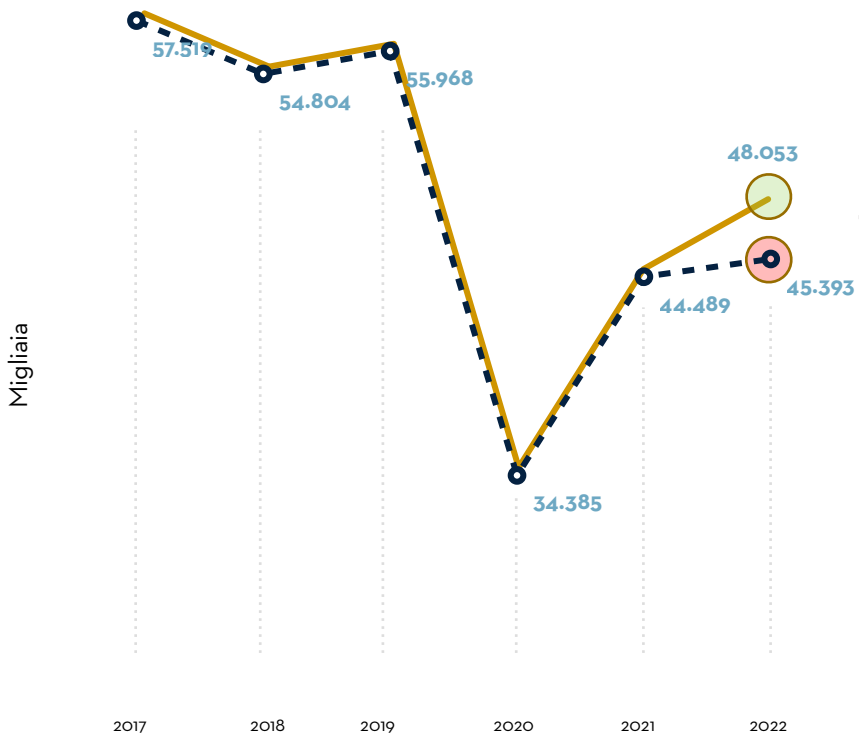
MODELLO PREVISIONALE:
COME SI COMPORTERANNO I PAESI GENERATORI

La stima dei volumi di domanda per l'estate 2022 si è basata su alcune assunzioni chiave relative al comportamento dei mercati in riferimento all'andamento storico. È stato pertanto necessario:

- Valutare i fattori di impatto rispetto allo specifico mercato di provenienza in analisi. In altre parole come si potrebbe comportare quel mercato nell'estate 2022.
- Distinguere il comportamento del paese generatore rispetto ai due scenari di analisi, Best e Worst
- Analizzare la traiettoria dei mercati in analisi tra il volume pre-pandemia (2019), il calo nel primo anno pandemico (2020), il rimbalzo e comportamento nel secondo anno pandemico (2021)
- Determinare un tasso di riduzione/aumento delle presenze di uno specifico mercato di provenienza rispetto ai volumi 2021[1]
- I mercati generatori di domanda considerati sono l'Italia assieme ai primi 10 mercati esteri di riferimento (oltre 90% delle presenze estere) più un complessivo Resto del Mondo

1) Si è reso necessario dedurre il volume di presenze camping e camping village del 2021 su base Eurostat (non essendo ancora disponibili i dati Istat del 2021). I dati qui descritti fanno riferimento al comparto camping e camping village

Previsione Aggregato Estate 2022



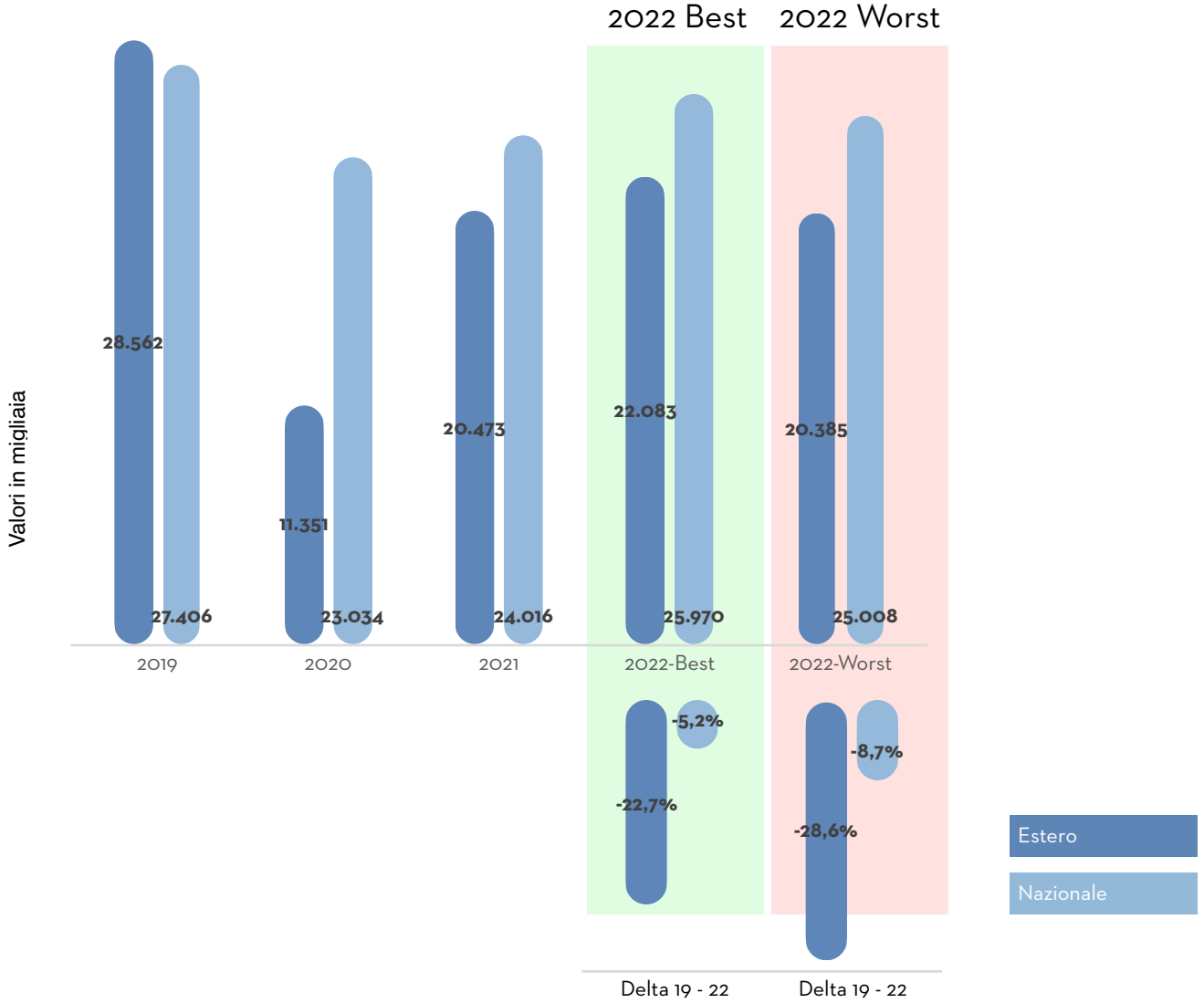
		Vs 2019	Vs 2021
SCENARIO BEST 2022	48 milioni	-14,1%	+8,0%
SCENARIO WORST 2022	45,4 milioni	-18,9%	+2,0%

La stima delle presenze per l'estate 2022 vede due direttrici differenti a seconda dello scenario.

- Una **crescita che avvicina ancora ai risultati del 2019 nello scenario Best**. Chiaramente una crescita con una pendenza della curva più moderata dopo l'impennata data dal rimbalzo a seguito del blocco del 2020.
- Un **sostanziale stallo che mantiene praticamente sugli stessi livelli della scorsa estate nello scenario Worst**. In questo caso è il mercato estero a frenare le sue presenze mentre quello italiano si manterrebbe stabile.

I dati qui descritti fanno riferimento al comparto camping e camping village.

Estate 2022: Italia ed Estero nei 2 scenari



UN DIFFERENZIALE BASSO FRA SCENARIO BEST E WORST

I dati a marzo 2022 sull'andamento dell'OTB per l'estate portano ad evidenze molto positive: tutti i mercati sono vivaci, tutti in ripresa (più o meno marcata) rispetto al 2020 o al 2021 e la curiosità per la pianificazione della vacanza outdoor estiva è molto forte.

Questo nonostante il conflitto in Ucraina sia oramai giunto, alla data di questo rapporto, oltre il mese di durata e con deboli segnali di un cambio di rotta (frenata o escalation) imminente.

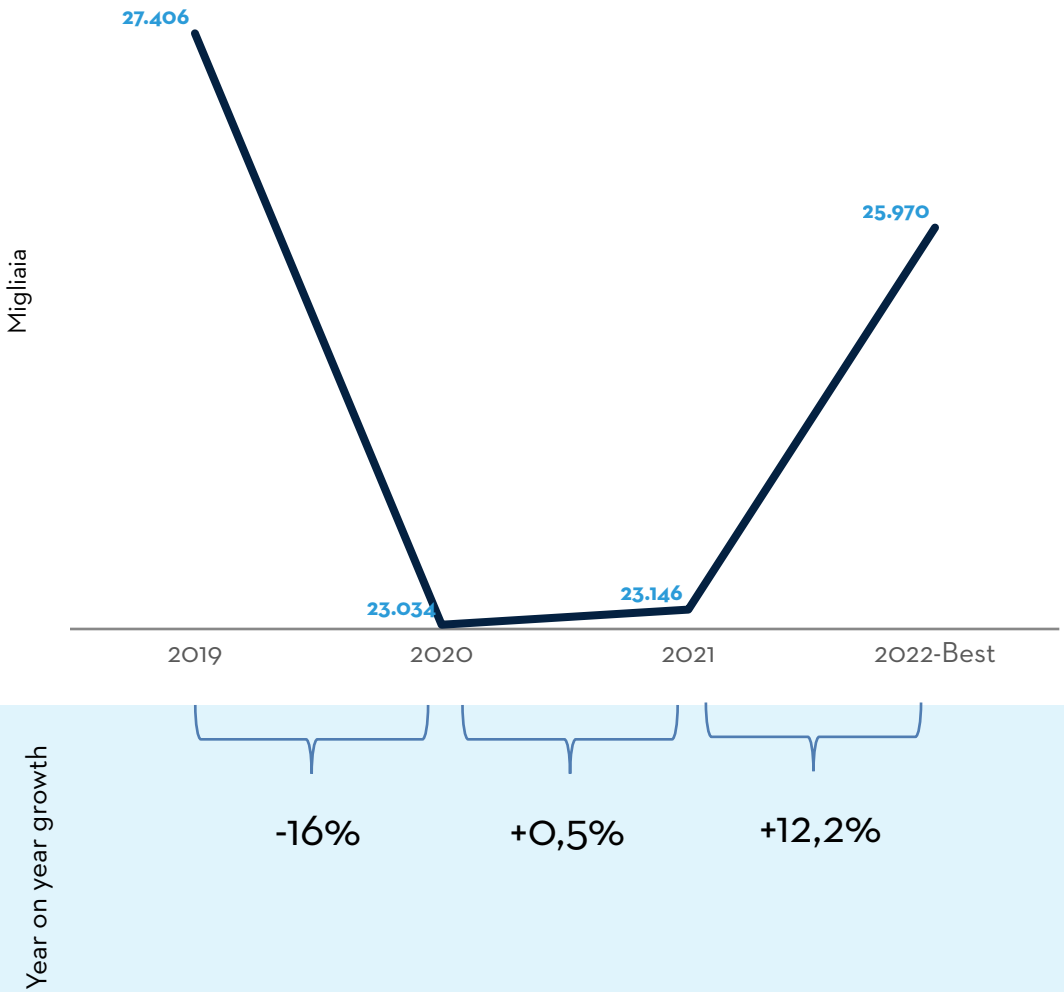
Questo evidenzia che comunque, su una evoluzione normale del ciclo «post-pandemico», si innestano due scenari che non dovrebbero rilevarsi molto distanti, salvo un grave inasprimento del conflitto con coinvolgimento diretto di paesi UE o ulteriori.

Per questo motivo i due scenari differiscono in valore assoluto di circa 2,6 mln di presenze, una differenza di appena il 5% (Best su Worst).

Meno significativo il differenziale che si prevede per il mercato nazionale, poco più significativo il possibile divario sul mercato estero, per il possibile impatto sull'atteggiamento dei paesi dell'Est Europa e parzialmente della Germania nel caso di un prolungarsi del conflitto.

I dati qui descritti fanno riferimento al comparto camping e camping village.

Estate 2022 – Scenario Best - Italia



SCENARIO MIGLIORE: L'ITALIA RECUPERA BUONA PARTE DELLA DOMANDA

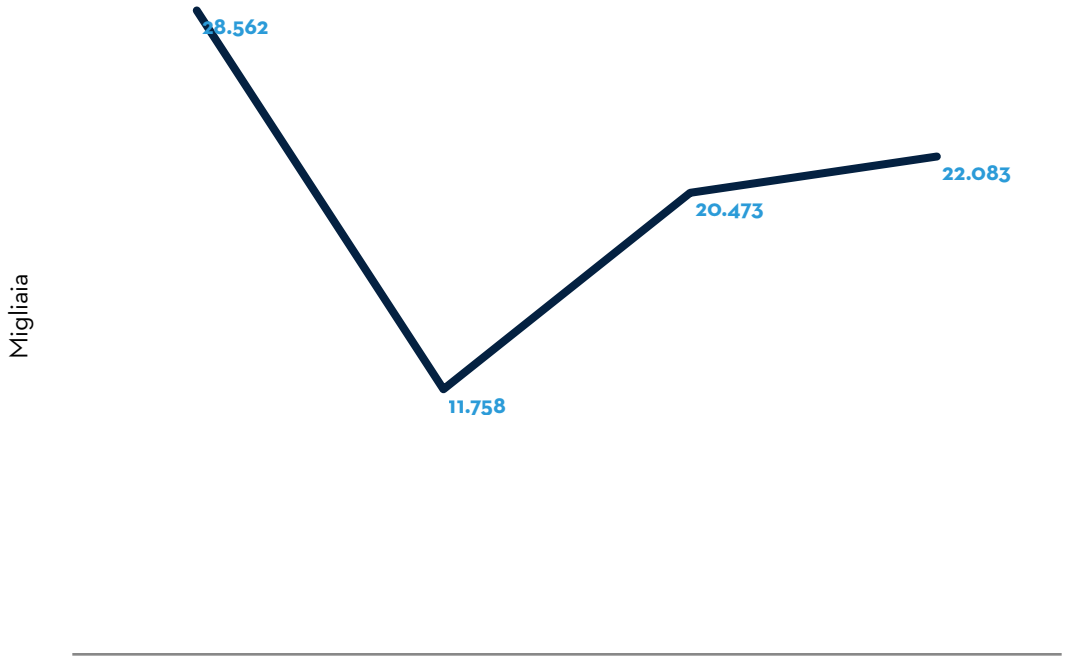
Il mercato italiano nella prospettiva migliore può avvicinarsi ancora al 2019 attestandosi ad una cifra vicina ai 26 milioni di presenze in camping e camping village.

Questo rappresenta un dato ancora inferiore al 2019 di circa il 5%.

Un dato che si inserisce nel percorso di recupero e conferma il trend di crescita: se nel 2021 era stata moderata, 0.5% in virtù del clima di poca fiducia allo spostamento tra maggio e giugno, nel 2022 può crescere di oltre il 12% recuperando la prima parte di stagione, stabilizzandosi nei picchi di stagione e confermando un trend in crescita nel finale di stagione.

Vs 2019	Vs 2021
-5,2%	+12,2%

Estate 2022 – Scenario Best - Estero



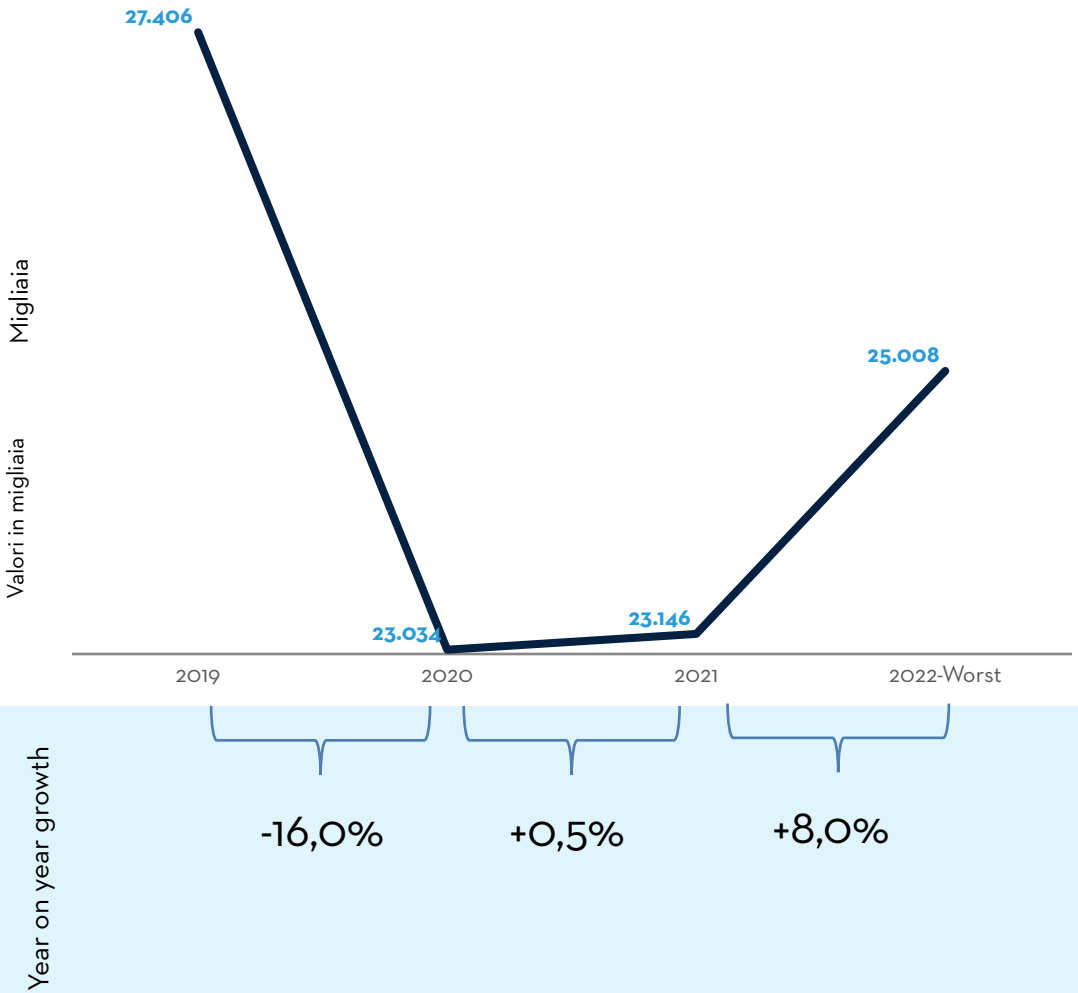
SITUAZIONE MIGLIORE: SI CONSOLIDA IL RECUPERO DELL'ESTERO

Il mercato estero nella migliore previsione per l'estate 2022 vede un moderato incremento rispetto al 2021 che lo porta ad attestarsi attorno ai 22 milioni di presenze.

Ciò è dovuto alla situazione contingente ed al fatto che nell'estate 2021 il recupero è stato consistente (74% del volume del 2020). In una situazione ottimale, alla luce delle attuali contingenze, è lecito pensare che il mercato, sulla spinta dei paesi classici di lingua tedesca e fiamminga, possa continuare il suo trend di crescita, avvicinandosi ai volumi del 2019.

Vs 2019	Vs 2021
-22,7%	+7,9%

Estate 2022 – Scenario Worst - Italia

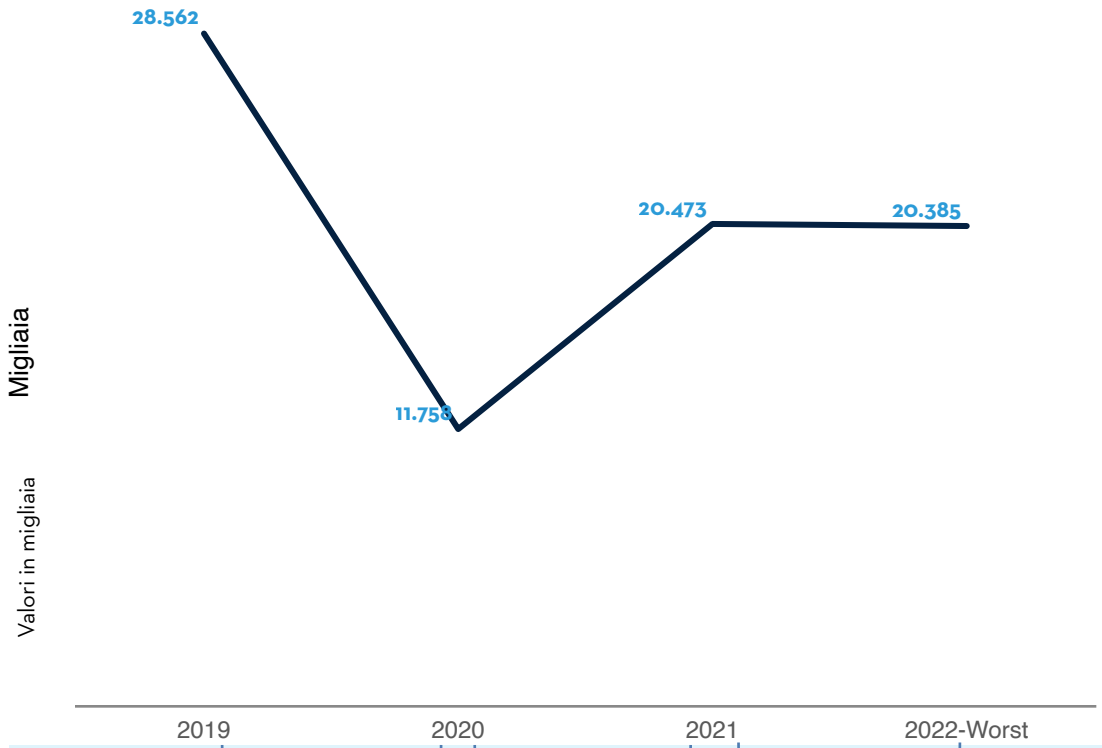


L'ITALIA È INFLUENZATA DALL'INCERTEZZA MA SI CONFERMA IL MERCATO PRINCIPALE

Il mercato estero nella migliore previsione per l'estate 2022 vede un moderato incremento rispetto al 2021 che lo porta ad attestarsi attorno ai 22 milioni di presenze.
Ciò è dovuto alla situazione contingente ed al fatto che nell'estate 2021 il recupero è stato consistente (74% del volume del 2020). In una situazione ottimale, alla luce delle attuali contingenze, è lecito pensare che il mercato, sulla spinta dei paesi classici di lingua tedesca e fiamminga, possa continuare il suo trend di crescita, avvicinandosi ai volumi del 2019.

Vs 2019	Vs 2021
-8,7%	+8,0%

Previsione Estate 2022: top 5 mercati esteri



IL MERCATO ESTERO BLOCCATO DALL'INCERTEZZA GLOBALE

Nello scenario più pessimistico possiamo aspettarci che il mercato estero, in generale, risenta di quello che, in ogni caso, è un evento di portata europea, con chiare implicazioni sociali e politiche.

Possiamo aspettarci un flusso turistico che si confermi abbastanza in linea con quanto fatto registrare nel 2021. Questo in quanto il clima di incertezza può influenzare non solo i mercati limitrofi ma anche altri di medio-raggio e perché la crescita del costo delle materie prime inciderà notevolmente sulla possibilità di spesa. Dunque stimiamo un leggero calo rispetto al 2021, 0.4% in meno, fermandosi quindi i volumi attorno al -28% rispetto al 2019.

In questa situazione, come accaduto nel 2021, è lecito attendersi una domanda estera frenata nei primi mesi estivi, per poi magari concentrarsi nella seconda parte della stagione (tenuto però conto di un incerto evolversi della situazione).

Vs 2019	Vs 2021
↓	↑
-28,6%	-0,4%

Previsione estate 2022: top 5 mercati esteri

PAESE	SCENARIO Best			SCENARIO Worst		
		Riduzione su 2019	Aumento su 2021		Riduzione su 2019	Aumento su 2021
	Valori in migliaia	%	%	Valori in migliaia	%	%
GERMANIA	12.538	-5,2%	+8,5%	11.530	-12,8%	-0,2%
PAESI BASSI	2.900	-31,8%	+6,5%	2.716	-36,2%	-0,2%
SVIZZERA	1.887	-4,0%	+8,5%	1.770	-10,0%	-1,7%
AUSTRIA	1.508	-4,0%	+8,5%	1.387	-11,7%	-0,2%
FRANCIA	752	-36,6%	+14,3%	669	-43,6%	+1,7%

MERCATI ESTERI: I PAESI DACH SI AVVICINANO AL 2019

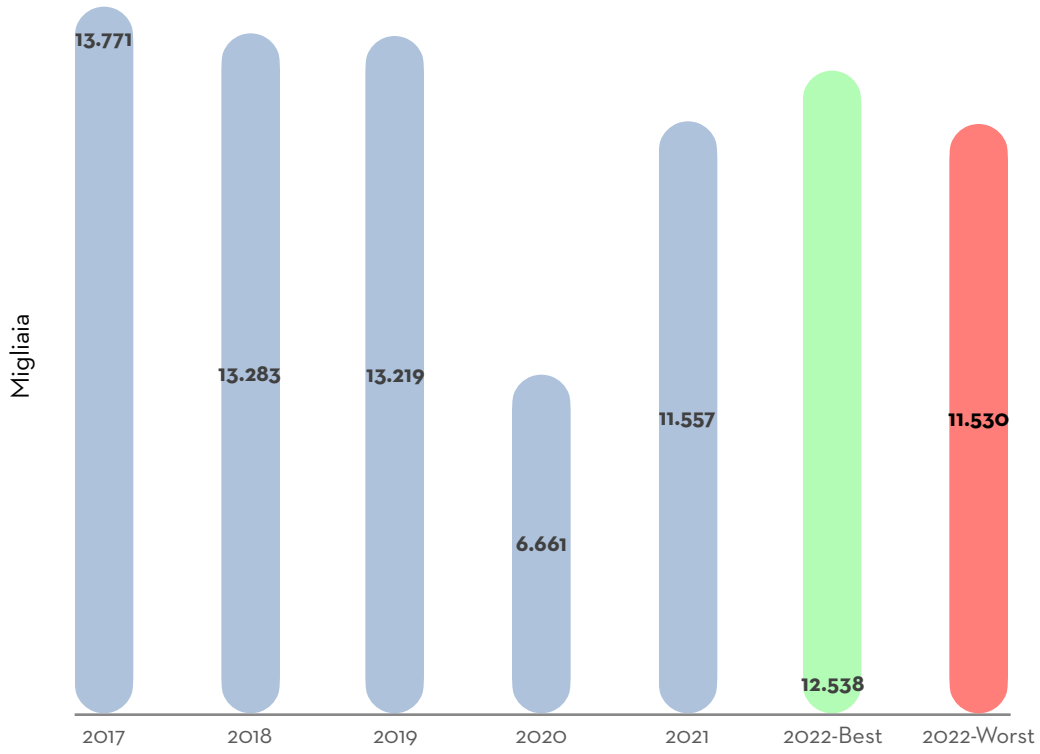
La stima delle presenze dei top 5 mercati esteri per l'estate 2022 mostra l'incidenza dei due scenari.

Va premesso come il 2021 era già stato un anno di forte rimbalzo, in particolare per i paesi DACH, vedendoli recuperare quote consistenti di presenze rispetto al 2019.

Rispetto al 2021 si evidenzia che, nello scenario Best, abbiamo un generale aumento di tutti i top 5 mercati, con volumi che tendono a tornare molto vicini al 2019 per i mercati DACH (range -4%/-6%) mentre i volumi degli altri paesi rimangono più distanti dai volumi 2019 (range -30%/-40%).

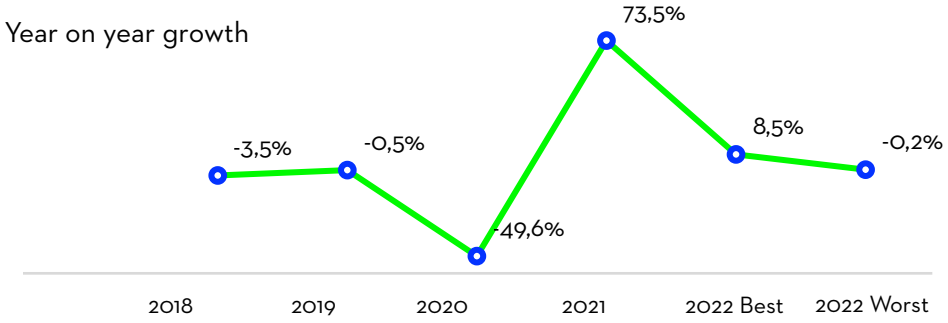
Nello scenario Worst abbiamo una situazione sostanzialmente ferma dei top 5 mercati esteri con volumi di presenze che rimangono quelli del 2021 in buona sostanza.

Germania estate 2022



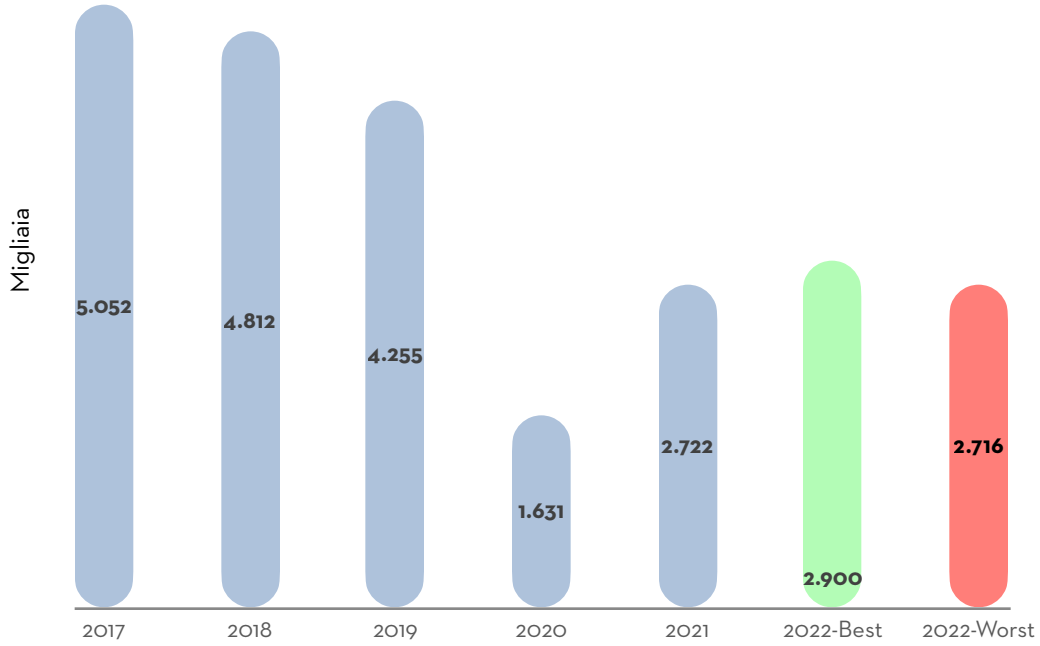
GERMANIA: MERCATO IN RIPRESA VICINO AI VOLUMI ESTATE 2019

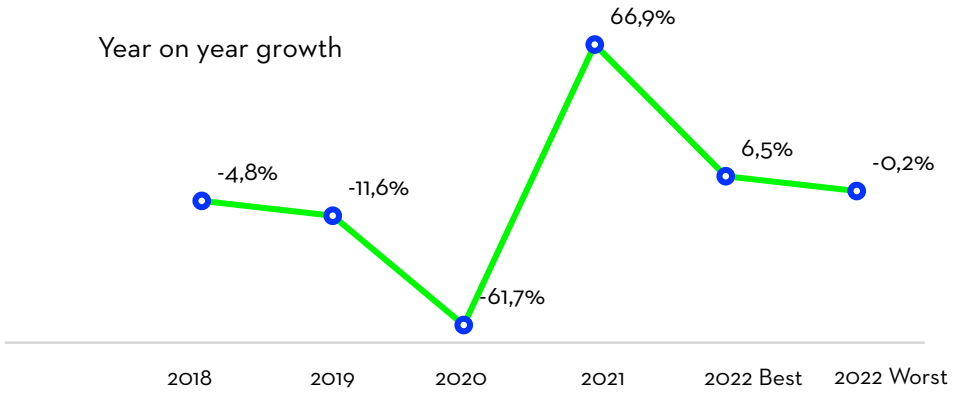
La Germania è il primo mercato estero per distacco. Denotava già nel 2019 un trend leggermente calante delle presenze. Nel 2020 ha visto un calo deciso con un altrettanto deciso recupero nel 2021. Per l'estate 2022, nello scenario Best, possiamo aspettarci un ulteriore avvicinamento ai volumi 2019 (-0,7 milioni di presenze) tornando sostanzialmente ai volumi pre-Covid (-5,2%). Nello scenario Worst dell'estate 2022 possiamo attenderci un volume pressochè simile al 2021 (-1,7 milioni di presenze sul 2019).



2019-2017	2021-2019	Best 2022-2019	Worst 2022-2019
-4,0%	-12,6%	-5,2%	-12,8%

Paesi Bassi estate 2022



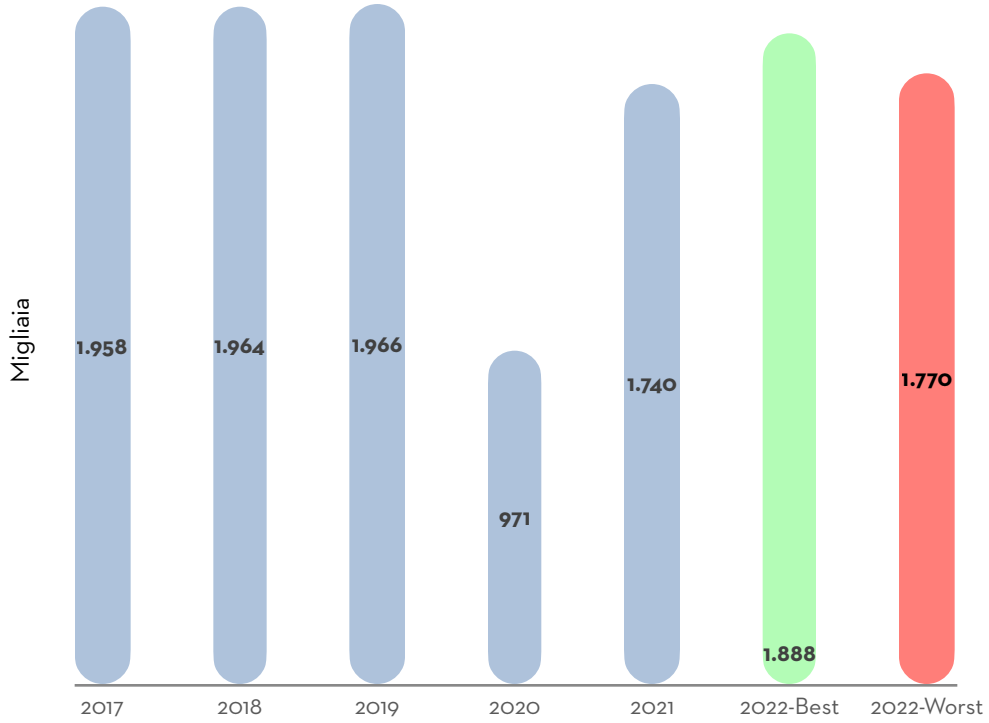


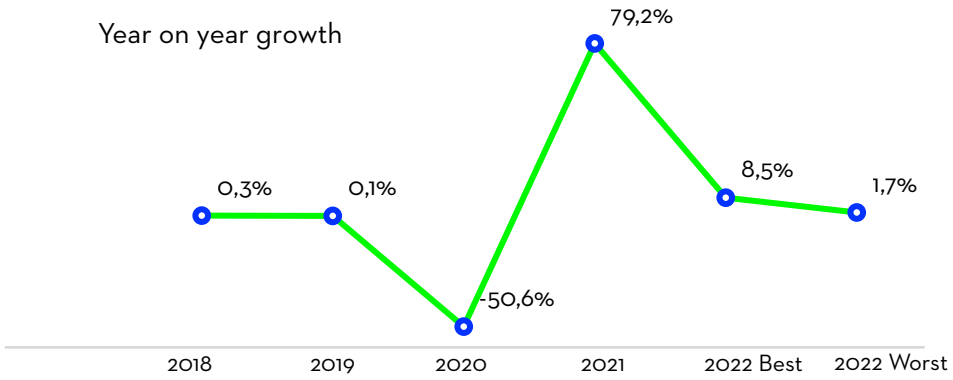
OLANDA: VOLUMI ESTATE 2019 LONTANI MA SEGNALI DI RIPRESA

L'Olanda vedeva già in calo i suoi volumi estivi nel triennio 2017-2019 (-15,8%). Alla luce di ciò assume ancora più rilevanza il recupero di domanda del 2021 (+66,9% sul 2020, ma -36% sul 2019). Data questa premessa possiamo stimare che nella migliore ipotesi nel 2022 ci sia un consolidamento delle presenze (+6,5% sul 2021) pur rimanendo distanti dal 2019 (-31,8%). Nello scenario più pessimistico la domanda rimarrebbe invece statica confermandosi sugli stessi livelli del 2021 (-36,2% sul 2019).

2019-2017	2021-2019	Best 2022-2019	Worst 2022-2019
-15,8%	-36%	-31,8%	-36,2%

Svizzera estate 2022



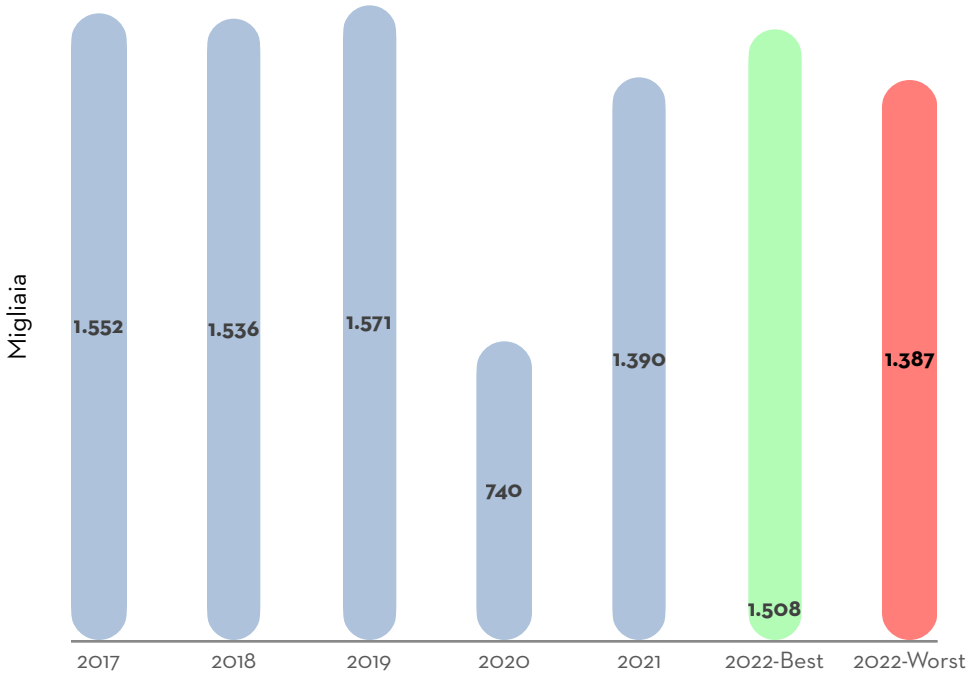


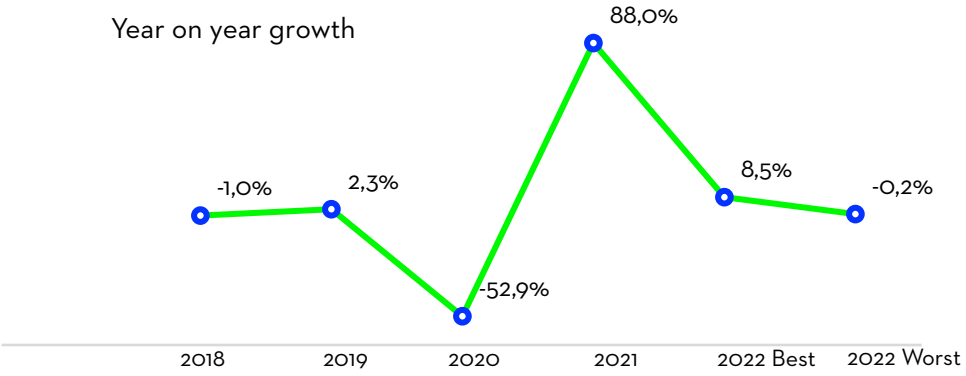
SVIZZERA: RITORNO AI LIVELLI PRE-PANDEMIA

La Svizzera vedeva nel 2019 un volume di presenze in leggera crescita. Il forte rimbalzo del 2021 (+79,2% rispetto al 2020) ha portato praticamente di nuovo ai volumi 2019 (-11,5%). Possiamo stimare un ulteriore avvicinamento ai volumi di presenze pre-pandemia nello scenario migliore (-4,0% sul 2019). Nello scenario peggiore possiamo invece stimare un volume di domanda statico (-10% sul 2019%).

2019-2017	2021-2019	Best 2022-2019	Worst 2022-2019
↑	↓	↓	↓
+0,4%	-11,5%	-4,0%	-10,0%

Austria estate 2022



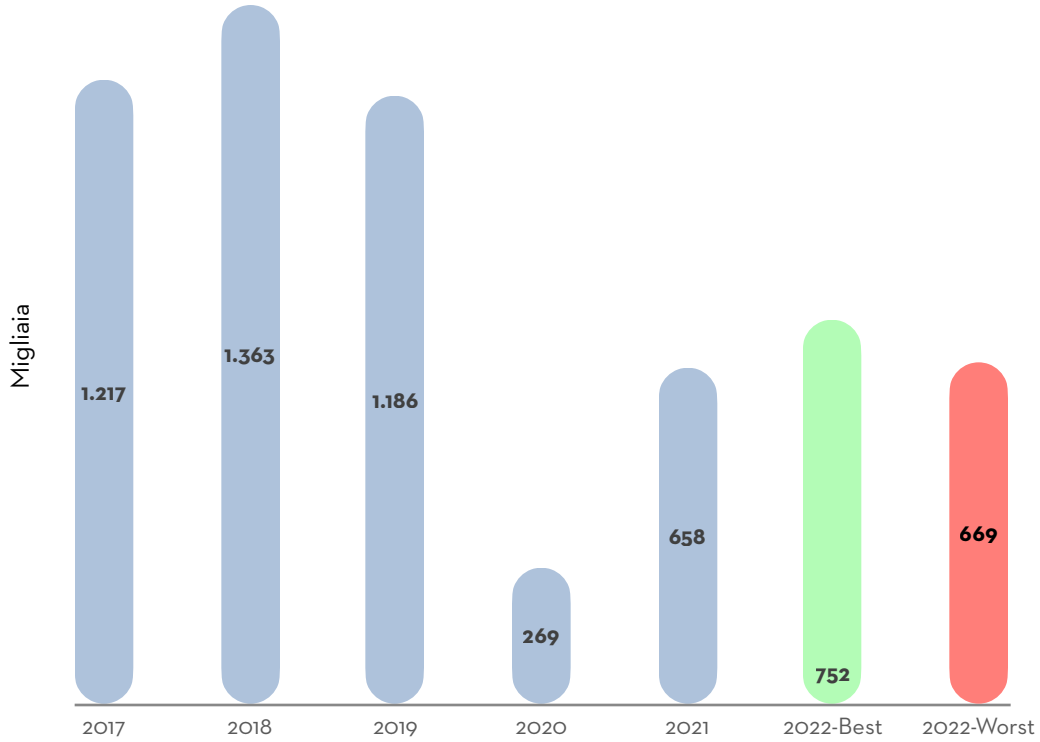


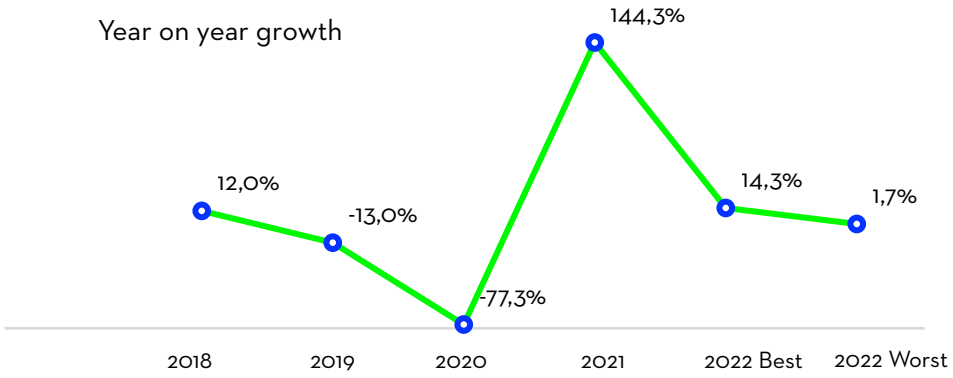
AUSTRIA: ESTATE 2022 COME L'ESTATE 2019?

L'Austria aveva una domanda in leggera crescita nell'estate 2019 a 1.5 milioni di presenze. Un risultato avvicinato dalle presenze estive 2021 che hanno visto un rimbalzo praticamente doppio del 2020 (+88%). Per questo motivo nello scenario Best dell'estate 2022 possiamo stimare un volume di presenze vicinissimo al 2021 (-4,0% sul 2019) che di fatto porta questo mercato ad assorbire l'effetto del periodo pandemico. Nello scenario Worst dell'estate 2022 si stima una domanda sostanzialmente statica che rimane al di sotto del volume storico di riferimento del 2019 (-11,7%) .

2019-2017	2021-2019	Best 2022-2019	Worst 2022-2019
↑	↓	↓	↓
+1,2%	-11,5%	-4,0%	-11,7%

Francia estate 2022





FRANCIA: ANCORA LONTANI DAI VOLUMI ESTIVI PRE-PANDEMIA

Rispetto ai mercati esteri prima illustrati la Francia mostra un andamento più cauto ed altalenante. Tra 2017 e 2019 si era vista una crescita completamente riassorbita. Nel 2021 la domanda è più che raddoppiata pur rimanendo molto al di sotto del 2019 (-44,6%).

Nell'estate 2022 possiamo stimare una situazione di crescita moderata nello scenario Best (+14,3% sul 2021) mentre una situazione statica nello scenario Worst (+1,7%). Questo va pesato per il fatto che, rispetto ai paesi precedenti della top5, la Francia è quello con il mercato interno più attrattivo e che rappresenta un'alternativa forte, sicura e ben posizionata per il viaggiatore transalpino.

2019-2017	2021-2019	Best 2022-2019	Worst 2022-2019
↓	↓	↓	↓
-2,6%	-44,6%	-36,6%	-43,6%

Previsioni per gli altri mercati esteri

ALTRI MERCATI ESTERI: COSA POSSIAMO ASPETTARCI?

I primi 5 mercati esteri analizzati rappresentano, nel 2021, circa l'88% di tutte le presenze estere. Per gli altri mercati rilevanti, che pesano in generale tra il 2% e il 3% su tutto il mercato estero, come ad esempio Danimarca, Polonia, Repubblica Ceca e Regno Unito, la previsione per l'estate 2022 può variare molto a seconda dello scenario.
Considerando i mercati dell'Est, come Polonia e Repubblica Ceca, l'impatto della crisi ucraino-russa è molto rilevante. Specialmente per la Polonia, che appare, in questo momento, più coinvolta, sia in termini mediatici, che di accoglienza profughi.
Considerando i mercati del Nord Europa, come Danimarca e Regno Unito, ci si aspettano differenze più sottili tra i due scenari in particolare per un maggior effetto di rincaro dei prezzi, e quindi minore capacità di spesa e di spostamento, dovuto al perdurare del conflitto.

	SCENARIO BEST 2022	SCENARIO WORST 2022	Delta 2019-2017	Delta 2021-2019
	272	258	+8,9%	-68%
	184	159	+1,5%	-68%
	511	479	-21,7%	-52%
	251	235	+1,3%	-73,3%

Valori in migliaia

Previsioni di spesa

Quanto potrà generare l'indotto camping nell'estate 2022?

SPESA INDOTTO SETTORE CAMPING

53€

valore di spesa per presenza/giorno

2,55 MLD

impatto economico scenario Best Estate 2022

2,41 MLD

impatto economico scenario Worst Estate 2022

La domanda camping genera una spesa pro-capite molto variabile, che dipende soprattutto dal tipo di alloggio scelto. Con l'incremento delle proposte di mobile home sale il pricing nei camping e di conseguenza la spesa media diretta presso le strutture.

Storicamente, e fino al 2018, tenuto conto di camping e villaggi turistici, la spesa media a presenza è stata stimata (da FAITA, Mercury, UIC ed altre fonti) in circa 45-50 Euro.

Assumendo il valore medio, 47,5 Euro, il dato aggiornato al 2022, in ragione dell'inflazione e del continuo riposizionamento suddetto nei prezzi (anche per i servizi esterni alla struttura ricettiva), si colloca verosimilmente nella forbice 50-53 Euro.

Le evidenze di mercato e le opinioni presso il panel intervistato portano a considerare 53 Euro come valore più verosimile.

Trend del segmento outdoor per il 2022

COSA STA ACCADENDO NEL MONDO OUTDOOR CHE INFLUENZA IL TURISMO EN PLEIN AIR?

Per meglio capire cosa sta accadendo nel mercato del turismo en plein air, e più in generale dell'outdoor, è necessario osservare le dinamiche di mercato che si stanno innescando e che stanno portando ad un cambiamento sia della domanda che dell'offerta.
Si presentano, quindi, 6 trend, frutto dell'analisi del contesto e di un'attenta osservazione di quello che sta accadendo in tutti i settori merceologici affini al mondo del turismo all'aria aperta.
Quello che va sottolineato è come il periodo pandemico abbia avvicinato sempre più le persone al concetto di outdoor e più in generale di forme di turismo all'aria aperta.
Ma non le classiche formule, in quanto il turista moderno di questo segmento, o che si avvicina per la prima volta a questo segmento, parte da aspettative e necessità ben diverse dal classico viaggiatore en plein air.
Dunque, per rimanere competitivi e sfruttare le nuove dinamiche di mercato, occorre interpretare i trend qui presentati considerandoli per lo sviluppo della strategia futura del proprio business.

L'OUTDOOR ORA È MAINSTREAM

L'incremento della domanda per il turismo en plein air, e più in generale outdoor, è dovuto ad un fattore semplice ma estremamente rilevante, anche per capire la stessa nuova domanda.
Oggi è molto più facile vivere e fare esperienze outdoor in quanto i nuovi servizi, e la tecnologia, permettono di farlo pur in assenza di allenamenti, attrezzatura o altre qualità specifiche.
Dunque vivere vacanze all'insegna dell'outdoor non è più considerato come cheap, difficile, per pochi, ma è diventato qualcosa di cool, facile e per molti.
Ciò apre ad una nuova domanda, che però parte da esigenze diverse rispetto a quella storica, o per meglio dire classica del mondo en plein air.

Trend del segmento outdoor per il 2022

SERVICE DELIVERY OUTDOOR

Nel comparto outdoor, e in particolare nel mondo en plein air, sta accadendo quanto già si è visto nel mondo alberghiero.
Sempre più l'evoluzione delle esigenze e necessità porta la domanda a chiedere maggiori servizi. Ovvero servizi nuovi o più articolati.
Ad esempio tutti i device e gli attrezzi a carica elettrica di cui oggi siamo dotati richiedono piazzole con allacci elettrici più potenti (basti pensare alla ricarica di un e-bike).
Ma parliamo anche di servizi che permettono di fare esperienze in più all'ospite, come ad esempio servizi wellness, dalla sauna al bagno turco fino alle attività yoga e di forest bathing.
Piuttosto che una formula ristorazione curata, oltre gli schemi classici; dei market interni che abbiano prodotti e vetrine del territorio.

OPEN AIR E WELLNESS

Il momento storico che stiamo vivendo ha portato ad una grande conseguenza nelle persone: l'aumento di stress ed ansia.
Questo comporta, di conseguenza, la ricerca di relax, di maggiore tempo per sé, di maggiore cura verso il proprio corpo e la propria persona. In una parola wellness, o in modo più completo, wellbeing.
E in particolare si ricerca un benessere a contatto con la natura, con gli spazi esterni, con le attività che si possono fare.
Questo benessere, per così dire naturale e a 360 gradi, è un qualcosa che il mondo open air può offrire con più facilità innovando i classici schemi delle aree benessere.

SHARING ECONOMY NEL MONDO OUTDOOR

Che ci sia un incremento della domanda per il mondo dell'en plein air, ma anche un'evoluzione della stessa, ce lo conferma il boom negli ultimi due anni delle piattaforme di sharing economy applicate al turismo all'aria aperta.
Realtà come Yescapa (piattaforma di affitto camper), Goboony (piattaforma di affitto camper) e Click&Boat (piattaforma di affitto barche) hanno visto aumentare vertiginosamente i propri movimenti tra il 2019 e il 2021. Questo indica una domanda nuova che si avvicina al mondo en plein air e che per farlo sperimenta nuove formule ma che allo stesso tempo ha bisogno di servizi, attrezzature specifiche, esperienze e strutture ricettive pronti ad accoglierli.

Trend del segmento outdoor per il 2022

ANCHE L'HOTELLERIE ESPLORA L'OUTDOOR

Una tendenza a cui stiamo assistendo oggi è l'ibridizzazione dei classici format ricettivi a cui eravamo abituati.
Detto in altre parole, prendere spunto da altri format per innovare il proprio schema ricettivo. È così che assistiamo non solo alla rapida diffusione di format come il glamping, ma anche di realtà dell'alberghiero che si aprono verso l'esterno.
Ciò avviene creando nuovi concept di camere connessi con lo spazio circostante, piuttosto che aree benessere che si fondono con l'area esterna.
Oggi assistiamo ad hotel di lusso le cui camere sono tiny house con jacuzzi, hotel le cui camere sono chalet in riserve del Wwf, piuttosto che hotel con aree benessere innestate nel giardino.

OPEN AIR E IL POTERE DEL FENOMENO GREEN

Oggi green è la parola sulla bocca di tutti. A maggior ragione se parliamo di turismo all'aria aperta diventa un must imprescindibile.
Ma cosa vuol dire?
Molte ricerche sostengono che il viaggiatore voglia viaggiare in modo sostenibile. In realtà questa affermazione va ricalibrata. Il viaggiatore vuole trovare soluzioni che siano già sostenibili, e che gli permettano di esserlo a sua volta. Le strutture ricettive devono impegnarsi nell'essere green, trovare soluzioni originali per ridurre il loro impatto e far percepire all'ospite un impegno concreto, che va anche a suo vantaggio.
Per chi fa turismo outdoor la base dell'aspettativa dei viaggiatori diventa una struttura che fa azioni sostenibili.

6.
Conclusioni

UN'ESTATE CAMPING CHE, NONOSTANTE TUTTO, POTREBBE RISULTARE DI OTTIME PERFORMANCE

Abbiamo insistito non poco sul sottolineare che fare proiezioni in questo contesto di grande volatilità è difficile, quasi inopportuno rispetto all'ambizione di giungere a delle stime di valori in termini assoluti.

Ci ha molto aiutato il metodo previsionale adottato, con successo, nel corso del 2021 e quest'anno rafforzato attraverso il coinvolgimento di una platea di esperti e operatori che hanno potuto rappresentare, con il loro «on the book» l'andamento raggiunto prima dello scoppio del conflitto in Ucraina e quello che in questi giorni è l'atteggiamento generale verso le vacanze all'aria aperta.

Nel complesso, emerge l'immagine di un mercato tedesco che continuerà in gran parte d'Italia ad essere prevalente e che gode di buona salute. Le proiezioni degli operatori portano a stimare tutto il mercato DACH come convintamente orientato verso la vacanza camping in Italia per il 2022 (giugno-settembre).

Soffriranno, è chiaro, le destinazioni maggiormente esposte verso i mercati dell'Est, purtroppo dovendo attendersi un certo potenziale calo (worst case) della Polonia.

Nel complesso, quindi, con il mercato italiano che continuerà a crescere in atteggiamento e curiosità verso il segmento outdoor, ci si può attendere una estate 2022 molto migliore di quella 2021, leggermente sotto i volumi 2019, per una quota che è minima nello scenario migliore e un po' più decisa nello scenario worst (scenario worst rispetto al 2019: -9% mercato italiano, -29% mercato estero).

Un molto auspicato cambiamento di rotta nel conflitto in atto, precedente al 15-20 aprile, potrebbe addirittura agevolare un recupero totale dei volumi record raggiunti nel biennio 2018-2019.

Key numbers

39,2 mil Le presenze turistiche del settore camping nel 2021 (-28% rispetto al 2019).

35,5 mil Le presenze turistiche del settore camping nell'estate 2021 (-23% rispetto al 2019; per estate si intende da giugno a settembre).

90% L'aumento delle presenze estere tra 2021 e 2020 per il settore camping (che rimangano a -33% rispetto al 2019).

286 mil Le presenze turistiche in Italia nel 2021 (rispetto al 2019: -18% mercato italiano; -51% mercato estero).

45,4 mil Le presenze del settore camping e camping village in Italia nell'estate 2022 nello scenario Worst (-18,9% rispetto al 2019).

48 mil Le presenze del settore camping e camping village in Italia nell'estate 2022 nello scenario Best (-14,1% rispetto al 2019).

Team di ricerca

Coordinamento tecnico e pubblicazione
Enrico Gori - Human Company - enrico.gori@humancompany.com

Ricerca ed analisi
Andrea Agazzani - THRENDS
Giorgio Ribaudo - THRENDS
Valbona Sadiraj - THRENDS

Per informazioni su metodologia e dati scrivere a:
office@thrends-italy.com

Ufficio stampa
SEC Newgate Italia
Paola Lazzarotto | paola.lazzarotto@secnewgate.it | cell. 335 1937614
Vania Brogi | vania.brogi@secnewgate.it | cell. 338 1367220

Human Company | **group.humancompany.com**