



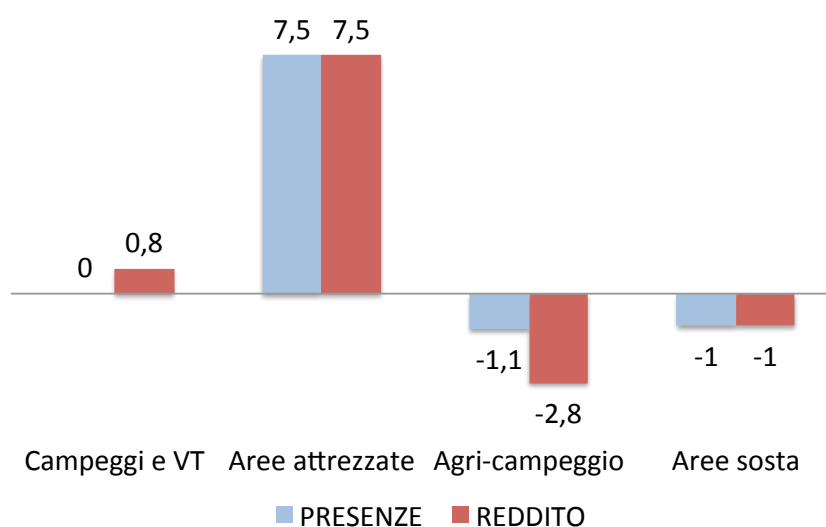
## Meno notti ma più confort così l'evoluzione della domanda di turismo all'aria aperta nel 2014 secondo gli operatori toscani

[www.osservatorioturismoariaaperta.it](http://www.osservatorioturismoariaaperta.it)

La stagione 2014 nella percezione degli operatori ad inizio estate, rappresenterà ancora un momento di stasi per le presenze che non riescono a riprendersi, mentre qualche segnale positivo potrebbe aversi sotto l'aspetto reddituale (+1% circa).

Il risultato sembra essere caratterizzato da tre elementi: la domanda italiana, ancora fortemente vincolata dalla crisi; la domanda straniera, che cresce solo di pochi decimali; la qualità dei servizi, che vede il cliente orientato verso tipi di servizi messi a disposizione dalla struttura, rispetto alla classica autonomia dell'ospite delle strutture all'aria aperta.

**Graf. 1) variazione attesa presenze e reddito per tipologia di struttura. Estate 2014**



Un momento di attesa per un futuro migliore che vede coinvolti principalmente i campeggi e i villaggi turistici, le classiche forme di ricettività all'Aria Aperta che caratterizzano l'offerta balneare toscana, ma anche le tipologie che si sono affacciate più di recente sul mercato, come gli agricampeggio (presenze -1%, reddito - 3%) e le aree di sosta (presenze e reddito - 1%), che almeno in fase previsionale, non sembrano riuscire a trasformare in prezzo competitivo e in numero di presenze un sistema normativo che li avvantaggia in termini di adempimenti ed oneri. Sono invece in controtendenza i valori delle aree attrezzate, sia come presenze sia come reddito (+7% entrambe), segnale anche questo di una nuova attenzione alla disponibilità di "servizi", probabile sinonimo di ricerca di qualità.

### **I territori e le risorse**

"Arte e affari" così come "Altro interesse", la risorsa che abbiamo sempre identificato come la sintesi della toscaneità, sono gli ambiti nei quali le presenze dovrebbero crescere di più (presenze +4% e +2% rispettivamente). Il loro basso peso sul totale delle presenze regionali bilancia solo lievemente il dato principe del turismo all'aria aperta, quello riferito all'ambito balneare, sostanzialmente stabile seppur con note di maggiore pessimismo in alcune aree. Ancora difficoltà nelle aspettative per la montagna (presenze -3%).

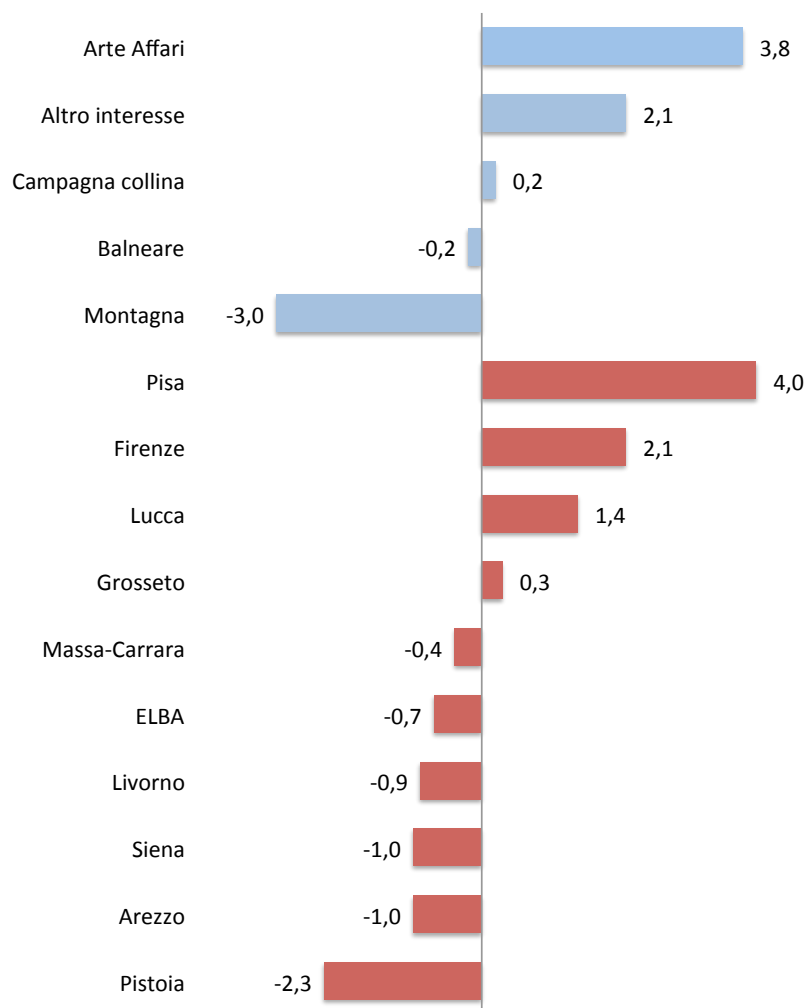
La negatività che si avverte lungo costa è da imputare principalmente alla percezione degli operatori della provincia di Livorno (-1% circa) e a quelli della provincia di Massa Carrara (-0,5% circa).

Da Grosseto invece arrivano segnali di ottimismo non tanto dalla dinamica delle presenze, di poco superiori alla "non crescita", quanto dal reddito dal quale ci si attende una crescita intorno al 3%. All'Isola d'Elba è atteso un risultato leggermente migliore della media della provincia di Livorno, seppure sempre in calo sia in termini di presenze sia in termini di reddito.

Il sud della Toscana sembra confermarsi l'ambito costiero regionale in grado di rispondere alla richiesta di qualità di un mercato che tende a ridurre i tempi della vacanza ma in cambio

non vuole rinunciare al piacere ed alla qualità. Una strategia che sembra ripagare in termini di reddito.

**Graf. 2) variazione attesa presenze per risorsa prevalente e provincia. Estate 2014**



### Italiani e stranieri

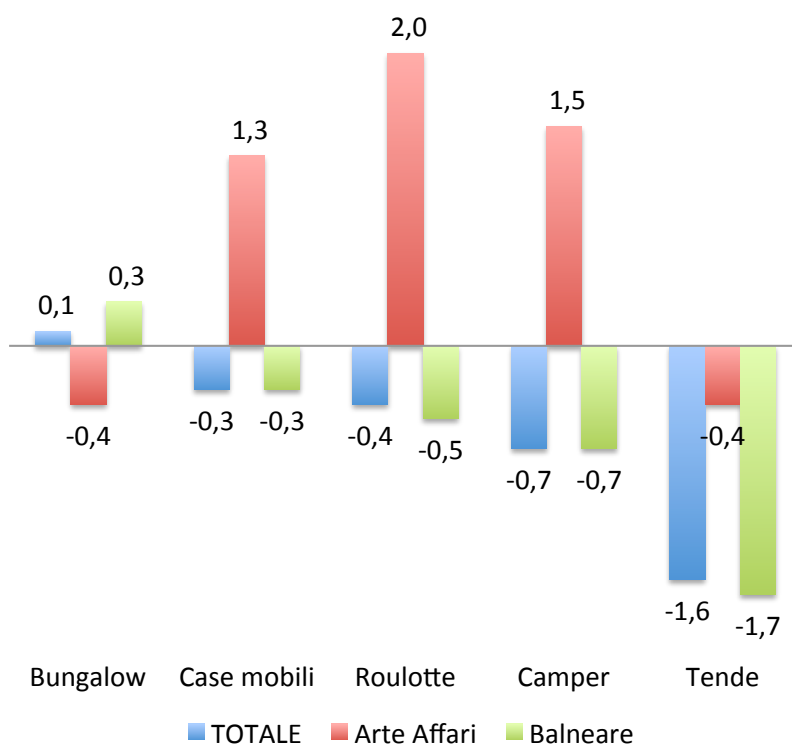
Se in linea generale gli italiani non crescono e gli stranieri aumentano di pochi decimi di punto, nei vari ambiti si trovano risultati diversi. Gli italiani più degli stranieri portano all'aumento delle presenze nella provincia di Firenze (+6% e +2% rispettivamente), seppure nelle percezioni degli operatori della risorsa "arte e affari" siano i primi a guidare la crescita (+4%) senza sottovalutare l'apporto degli italiani (+3% circa). Anche gli operatori di Livorno e

dell'Elba contano negli stranieri per un risultato positivo (+1% circa entrambe contro una analoga diminuzione degli italiani). Come sintesi, il leggerissimo calo previsto per le presenze sulla costa è da imputare agli italiani che annullano il seppur lieve aumento degli stranieri.

### Attrezzature e servizi

La tendenza a lasciare le attrezzature mobili verso quelle messe a disposizione dalle strutture ricettive continua a caratterizzare il cambiamento della domanda. Sono in particolare i bungalows le strutture per le quali è attesa una crescita la prossima estate, specialmente in ambito balneare, condizionando il dato regionale complessivo. Tutte le altre forme di pernottamento sono in calo e, in particolare, le tende (-2% circa)

**Graf. 3) variazione attesa delle presenze per forma di pernottamento. Estate 2014**



Nel segmento arte / affari invece, a fronte della diminuzione dell'uso delle tende, si prevede un aumento dei motor caravan, delle roulotte e del pernottamento nelle case mobili di

proprietà delle strutture ricettive. Per i bungalow invece una riduzione. Una dinamica che potrebbe trovare una ragione nella ricerca di autonomia da una parte e nella concorrenza di altre forme di soggiorno come i b&b e le case in affitto, in grado di soddisfare le esigenze di chi chiede autonomia ma, allo stesso tempo, comodità e comfort. In alcuni ambiti la dinamica della crescita dei tipi di attrezzature presenta delle tipicità particolari: è il caso di Pisa per le case mobili, di Pistoia e della risorsa Campagna e Collina per le roulotte, mentre l'Elba si mostra particolarmente attraente per i camper.

### Campionamento e metodologia

L'indagine è stata realizzata chiedendo di compilare un questionario on line a campeggi e villaggi turistici della Toscana.

Hanno risposto all'invito 50 campeggi, pari al 20% del totale in termini di numero di strutture e di capacità ricettiva.

Buona rappresentatività a Firenze, Pistoia e Livorno, come per Campagna Collina, Montagna e Altro interesse

Nella media la rappresentatività per Massa Carrara, Pisa e per il balneare in genere. Qualche problema nella rilevazione per tutto il Sud della Toscana (Arezzo, Grosseto e Siena) e Lucca, e, per temi, Arte e affari. Nessuna strutture destinata ai turisti termali ha risposto

Oltre alle imprese del turismo all'Aria Aperta, hanno risposto al questionario 11 strutture tra aree attrezzate, agri campeggio e aree dio sosta, che sono state identificate nel loro complesso come "Aree Open Air", poco più del 10% di quelle censite.

**Tab. 1) Universo e campione**

	Campione		Universo		Incidenza %	
	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto
CAMPEGGI E V.T.	50	31.284	255	175.897	19,6%	17,8%
Arezzo	1	200	15	3.016	6,7%	6,6%
Firenze	7	4.478	20	10.920	35,0%	41,0%
Grosseto	6	2.856	51	52.478	11,8%	5,4%
Livorno	18	15.642	75	62.750	24,0%	24,9%
ELBA	11	4.460	29	13.021	37,9%	34,3%

Lucca	3	825	16	8.532	18,8%	9,7%
Massa-Carrara	9	4.526	38	22.815	23,7%	19,8%
Pisa	3	1.205	21	6.414	14,3%	18,8%
Pistoia	2	1.252	7	2.726	28,6%	45,9%
Siena	1	300	12	6.246	8,3%	4,8%
Altro interesse	2	3.358	6	5.255	33,3%	63,9%
Arte Affari	4	1.275	30	14.017	13,3%	9,1%
Balneare	33	23.219	166	142.447	19,9%	16,3%
Campagna collina	6	2.350	19	6.180	31,6%	38,0%
Montagna	5	1.082	19	3.828	26,3%	28,3%
Termale	0	0	5	2.732	0,0%	0,0%
Arte Affari - Campagna Collina - Altro interesse	12	6.983	55	25.452	21,8%	27,4%
Aree attrezzate	1	50	9		11,1%	
Agri-campeggio	6	165	38		15,8%	
Aree sosta	4	230	44		9,1%	
AREE OPEN AIR	11	445	91		12,1%	

## Tablelle originali

**Tab. 2) Variazione presenza e reddito**

	<b>PRESENZE</b>	<b>REDDITO</b>
<b>Campeggi e VT</b>	<b>-</b>	<b>0,8</b>
Pistoia	-2,3	-2,3
Arezzo	-1,0	-3,5
Siena	-1,0	-1,0
Livorno	-0,9	0,1
ELBA	-0,7	-0,9
Massa-Carrara	-0,4	-3,1
Grosseto	0,3	2,9
Lucca	1,4	3,6
Firenze	2,1	1,0
Pisa	4,0	3,6
Montagna	-3,0	-4,4
Balneare	-0,2	0,9
Campagna collina	0,2	-1,1
Altro interesse	2,1	3,3
Arte Affari	3,8	2,4
Termale		
Arte Affari - Campagna Collina - Altro interesse	1,8	1,6

Aree attrezzate	7,5	7,5
Agri-campeggio	-1,1	-2,8
Aree sosta	-1,0	-1,0
<b>AREE OPEN AIR</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,2</b>

**Tab. 3) Variazione attesa per origine**

	<i>Quota turismo ITALIANO su totale</i>	<i>Variazione attesa PRESENZE ITALIANI</i>	<i>Variazione attesa PRESENZE STRANIERE</i>
<b>TOTALE</b>	<b>58,7</b>	<b>0</b>	<b>0,2</b>
Arezzo	45	1	-3,5
Firenze	13,4	6,5	1,7
Grosseto	72,8	0,3	-1
Livorno	47,2	-1,3	0,9
ELBA	51,4	-1,1	1,1
Lucca	69,4	1,4	1,4
Massa-Carrara	89,3	-1,2	-0,4
Pisa	22,5	4	4
Pistoia	41,6	-3,4	1,1
Siena	15	-1	-1
Altro interesse	6,5	15,6	0,5
Arte Affari	12,6	2,6	3,8
Balneare	64,8	-0,5	0,1
Campagna collina	27,9	-0,8	1,1
Montagna	47,9	-1,4	-2,1
Termale			
Arte Affari - Campagna Collina - Altro interesse	14,8	7,7	1,3
Aree attrezzate	90	7,5	7,5
Agri-campeggio	48,3	-1,9	-0,7
Aree sosta	57,5	-2,3	0,6
<b>AREE OPEN AIR</b>	<b>55,5</b>	<b>-1,2</b>	<b>0,5</b>

**Tab. 4) Variazione attesa per tipo di equipaggiamento**

	<i>Bungalow</i>	<i>Case mobili</i>	<i>Roulotte</i>	<i>Camper</i>	<i>Tende</i>
<b>TOTALE</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,6</b>
Arezzo	-	-	5,0	-5,0	-

Firenze	-0,5	-0,3	0,4	0,4	-1,1
Grosseto	-0,5	-2,0	-1,8	-1,8	-3,2
Livorno	0,2	-	-0,2	-0,7	-1,6
ELBA	-0,4	-0,4	-	1,3	-0,4
Lucca	5,1	5,0	4,9	4,9	4,9
Massa-Carrara	0,1	0,2	-1,1	-1,0	-1,9
Pisa	-0,8	2,5	-0,8	-1,8	-0,8
Pistoia	-5,0	-	2,4	-2,6	-
Siena	-5,0	-5,0	-	-	-5,0
Altro interesse	0,6	1,2	-4,4	-3,2	-3,8
Arte Affari	-0,4	1,3	2,0	1,5	-0,4
Balneare	0,3	-0,3	-0,5	-0,7	-1,7
Campagna collina	-4,9	-3,7	1,3	-0,4	-0,7
Montagna	-0,7	0,5	1,3	-4,1	-0,7
Termale					
Arte Affari - Campagna Collina - Altro interesse	-1,4	-0,4	-1,3	-1,4	-2,2
Aree attrezzate	-	-	5,0	5,0	-
Agri-campeggio	-	-0,8	-0,8	-	0,8
Aree sosta	-5,0	-5,0	3,8	2,5	-
<b>AREE OPEN AIR</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>0,5</b>

Per informazioni sui dati e sulle rilevazioni: 0577 379147  
 e-mail: [comunicazione@osservatorioturismoariaaperta.it](mailto:comunicazione@osservatorioturismoariaaperta.it)