



Osservatorio Turismo
Aria Aperta Toscana



Campeggi 
Villaggi Turistici 



Osservatorio Turismo Aria Aperta - Toscana

Rapporto annuale 2016

www.osservatorioturismoariaaperta.it
comunicazione@osservatorioturismoariaaperta.it

La ricerca è stata realizzata per conto di
FAITA Toscana

Gruppo di lavoro

Sandro Billi: coordinamento generale.

Roberto Gambassi: coordinatore tecnico, responsabile raccolta ed
elaborazione dati field.

Marco D'Errico: ricerche CAWI

L'Osservatorio sul turismo all'aria aperta in Toscana è realizzato per
conto di FAITA Toscana da SN Ricerche con il supporto tecnico di
Microcosmos Srl

INDICE

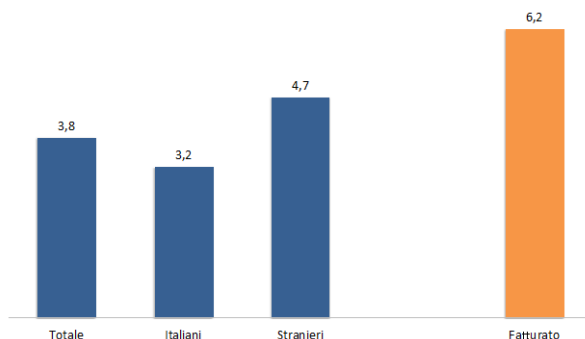
Il turismo open air in Toscana nel 2016	1
Andamento per risorsa prevalente	2
Andamento per province e territori.....	5
Le attrezzature	10
Gli stranieri	12
L'altra offerta "open air"	16
Per un sistema di promozione congiunto	17
La ricettività all'aria aperta nelle statistiche ufficiali: Italia e Europa.....	23
Metodologia.....	29

Il turismo open air in Toscana nel 2016

In linea con i buoni risultati nazionali, anche il turismo open air in Toscana ha avuto nel 2016 un risultato positivo.

L'aumento dei pernottamenti intorno al 4% è stato trainato prevalentemente dalla crescita dei visitatori stranieri (5%), forse spinti dalle difficoltà in molti mercati del mediterraneo, ma anche l'aumento degli italiani non è stato trascurabile (3%).

Graf. 1) variazione percentuale stimata presenze italiani e stranieri nei campeggi e villaggi turistici toscani. Anno 2016



L'aumento si manifesta in maniera notevolmente più sensibile nelle strutture "tradizionali" mentre mostra una pausa la crescita di quelle alternative come gli agricampeggio, che nell'estate 2016 denunciano una crescita trascurabile.

Il fatturato cresce più delle presenze. A prima vista, collegando il risultato alla variazione dei flussi per origine, potrebbe apparire che il dato sia dovuto ad una maggiore propensione alla spesa del turista straniero, tuttavia, come vedremo più avanti passando alla analisi per provincia, si nota il contrario: la variazione delle presenze è più alta di quella del fatturato dove il contributo degli stranieri è più alto.

Il dato annuale della variazione della domanda nelle strutture all'aria aperta è in linea con quanto stimato a livello generale in regione. Infatti la crescita indicata dall'Agenzia Regionale per la Promozione Turistica segnala un aumento delle presenze del 3,0% confermando per il complesso regionale una variazione positiva maggiore per i flussi dall'estero (+3,5%) che per quelli dall'Italia (+2,5%). Per il 2017 l'Agenzia prevede un andamento in linea con l'anno che si è concluso.

Andamento per risorsa prevalente

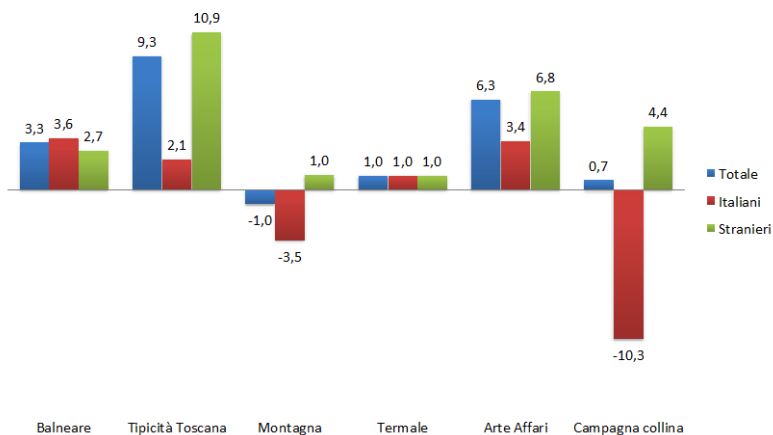
Gli arrivi nelle aree costiere, prevalente per questa tipologia ricettiva, segnala per il 2016 un aumento del 3,3%, con la particolarità di essere guidato, dalla componente nazionale (+3,6%) piuttosto che da quella straniera (2,7%). Vedremo più avanti però che questo risultato premia alcune parti della Toscana mentre alcune parti della costa hanno risultati negativi.

Ancora stabilità per il turismo all'aria aperta nelle destinazioni termali (+1,0% in totale e nelle singole componenti di origine), si conferma in calo la montagna (-1,0%) che, nonostante la diminuzione degli italiani (-3,5%), ha un po' di ristoro dai flussi stranieri in aumento dell'1,0%.

Arte e affari è l'ambito territoriale che più cresce, confermando anche in questo le stime regionali, segnando +6,3% in carico prevalentemente ai flussi da oltre confine (italiani +3,4%, stranieri +6,8%). È invece più stabile la risorsa campagna - collina dove si è registrata però una diminuzione sensibile degli italiani (totale +0,7%, italiani -10,3%, stranieri +4,4%).

In generale però, quelle parte del territorio che più rappresenta la tipicità della Toscana, le città d'arte, la collina, la campagna e gli altri comuni adiacenti, non strettamente caratterizzati a livello ufficiale ma dove il riferimento dei turisti sono le aree interne, mostra una crescita del 9,3%, con gli italiani a +2,1% e gli stranieri a +10,9%.

Graf. 2) variazione percentuale pernottamenti per origine e risorsa prevalente. Anno 2016



La percentuale degli italiani resta prevalente nelle aree costiere, dove raggiunge il 64,2%, mentre nelle altre risorse è la componente straniera quella che raccoglie la parte più grossa. In particolare il fenomeno si nota nelle destinazioni termali, dove gli stranieri raggiungono il 95%, e in quelle arte affari dove il valore dei flussi da oltre confine è dell'81,5%.

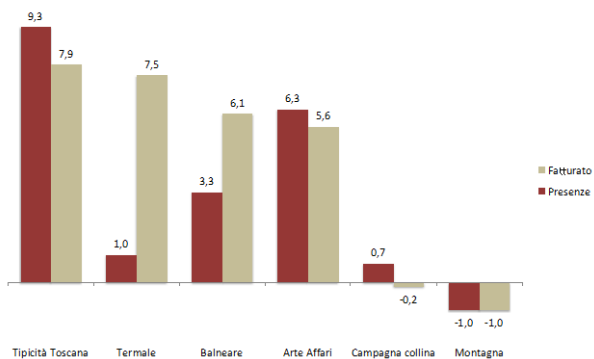
Graf. 3) incidenza dei flussi per origine e risorsa prevalente. Anno 2016



Il fatturato, in linea generale, ha avuto un andamento migliore della variazione dei flussi, segnale di una ripresa non solo in termini di visitatori ma anche di capacità di spesa e di abbandono di politiche di prezzo estremamente concorrenziali per mantenere il livello di domanda. Il risultato è più evidente in ambito termale, dove la domanda cresce dell'1% e il fatturato del 7,5%, e in quello balneare dove all'aumento delle presenze del 3,3% si contrappone la crescita del fatturato del 6,1%.

Nelle aree della tipicità Toscana invece il fatturato cresce un po' meno delle presenze (7,9% contro 9,3%) e un risultato antitetico lo troviamo anche nelle destinazioni classificate come Campagna e collina (0,7% le presenze e -0,2% il fatturato) e Arte e affari (+6,3% le presenze e +5,6% il fatturato). Nelle aree montane calo delle presenze e del fatturato si eguagliano.

Graf. 4) variazione percentuale pernottamenti e fatturato per risorsa prevalente. Anno 2016

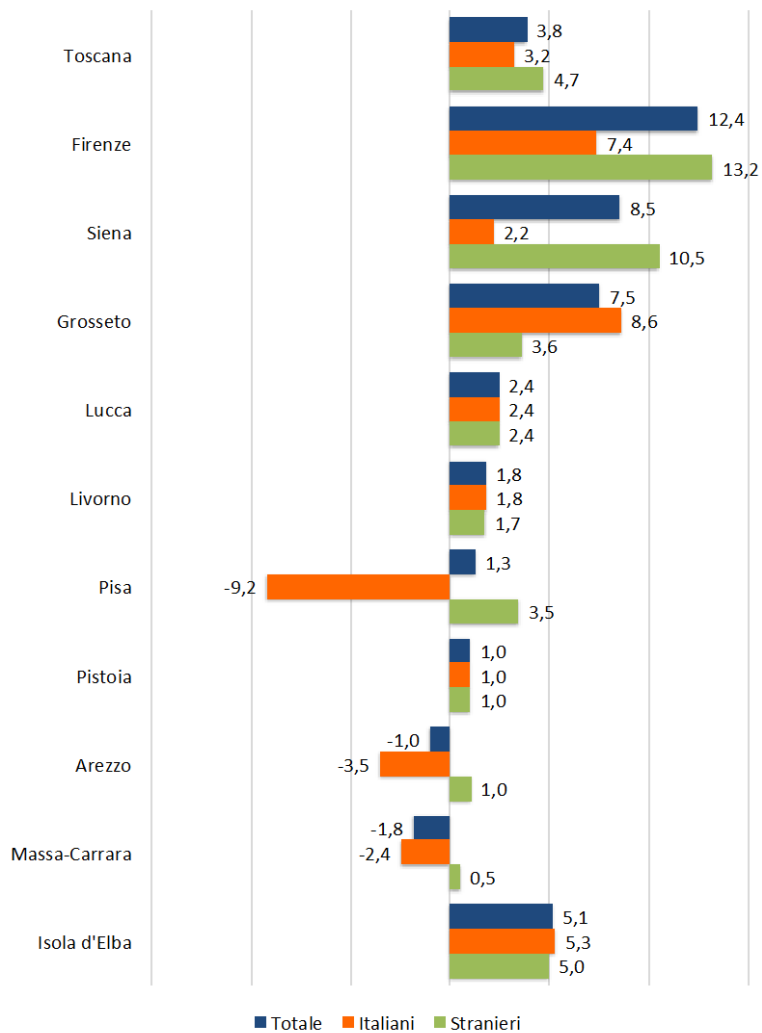


Andamento per province e territori

Le province mostrano andamenti poco omogenei, con punte positive a Firenze e diminuzione ad Arezzo e Massa Carrara.

La provincia di Firenze, dove il capoluogo esercita un fattore di attrazione sempre più elevato, è quella che cresce maggiormente sia in riferimento al totale dei pernottamenti (+12,4%) sia in termini di flussi stranieri (+13,2%).

Graf. 5) variazione percentuale pernottamenti per origine e provincia. Anno 2016



Buona la performance di Siena, che somma la crescente domanda per il turismo d'arte con quella del termale, come abbiamo visto in notevole sviluppo. Il dato generale provinciale è pari a +8,5%, guidato prevalentemente dal risultato degli stranieri pari a +10,5%, seconda migliore performance in regione, mentre è basso l'aumento degli italiani (+2,2%).

A Grosseto è forte l'influenza del turismo costiero. La variazione totale è del +7,5%, guidata più dagli italiani (+8,6%) che dagli stranieri (+3,6%). Valori significativi entrambe.

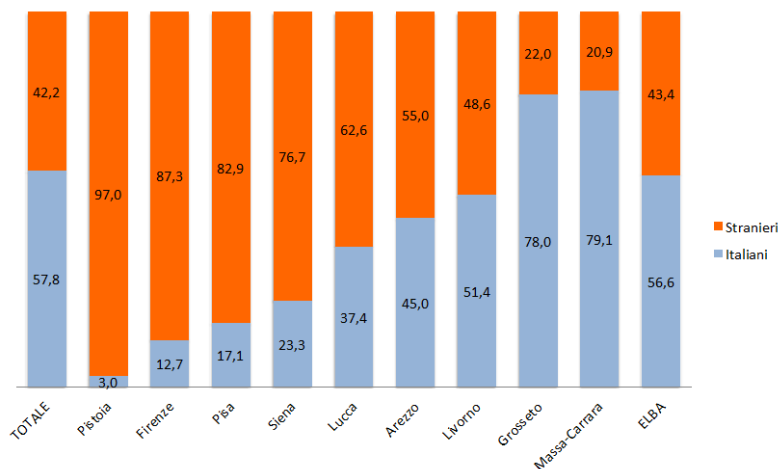
Le province di Lucca, Livorno e Pistoia hanno variazioni omogenee nei flussi di italiani, di stranieri e nel valore generale. La prima aumenta del 2,4%, la seconda del 1,87% e la terza solamente del 1,0%.

A Pisa la crescita è guidata essenzialmente dagli stranieri che, con la crescita dei pernottamenti del 3,5%, portano ad un aumento generale del 1,3%, mentre gli italiani hanno una diminuzione non trascurabile del 9,2%.

Entrambe le province in calo, Arezzo e Massa - Carrara, risentono della diminuzione degli italiani, non controbilanciata dalla crescita degli stranieri. Per la prima il -3,5% degli italiani e il +1,0% degli stranieri porta a -1,0%. Nella seconda gli italiani calano del 2,4% e gli stranieri aumentano dello 0,5%.

Il focus sull'Isola d'Elba ci mostra un buon risultato con una crescita dei pernottamenti totale del 5,1%, dovuta in parti pressoché uguali ai flussi italiani (+5,3%) e a quelli stranieri (+5,0%).

Graf. 6) *incidenza dei flussi per origine provincia. Anno 2016*



Nelle province dell'interno della regione, la percentuale più alta di pernottamenti di stranieri, con quote che superano il 50%. Il massimo a Pistoia dove viene dichiarata una incidenza del 97%, seguita da Firenze con 87,3%, Siena 76,7%. Lungo le province costiere il dato è altalenante: a Livorno vi è una suddivisione pressoché uguale tra italiani e stranieri, a Pisa e Lucca prevalgono i flussi da oltre confine (82,9% e 62,6% rispettivamente) mentre a Grosseto e a Massa Carrara gli italiani si intestano tre quarti dei pernottamenti. Anche all'Elba prevalgono gli italiani, ma la percentuale delle notti trascorse dai connazionali non supera il 60%.

Anche nella analisi per province il confronto tra variazione dei pernottamenti e variazione del fatturato mostra un andamento disomogeneo. Mentre a livello generale, come si è già visto precedentemente, il fatturato cresce più delle presenze, il dato

non si ripete omogeneamente. In tre province anzi avviene chiaramente l'incontrario: Firenze, Livorno, Pisa e Siena, proprio quelle dove i flussi stranieri sono cresciuti sensibilmente più di quelli italiani. Lo stesso ambito poi è lo stesso dove notiamo una crescita maggiore dell'uso di attrezzatura di proprietà del turista rispetto all'uso di attrezzatura di proprietà del campeggio. Il dato sembra contraddire la credenza che vuole gli stranieri più propensi alla spesa, portando invece a carico del flusso italiano la spinta maggiore alla crescita del fatturato.

Graf. 7) confronto tra variazione della domanda - variazione del fatturato e variazione dei pernottamenti italiani - stranieri per provincia. Anno 2016

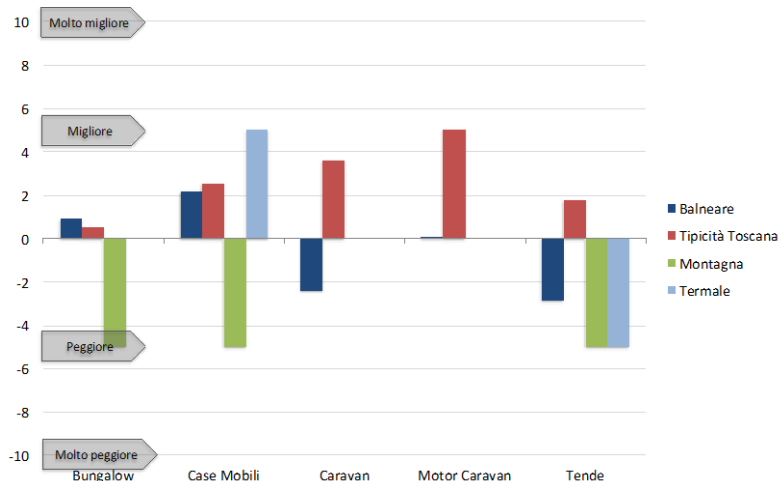


Le attrezzature

Per quanto riguarda la tipologia di attrezzature utilizzate, secondo le strutture intervistate le case mobili hanno avuto un andamento migliore rispetto alla stagione 2015, nel comparto termale in particolare ma anche nel balneare e nelle zone che abbiamo identificato della "toscanità".

Nel comparto balneare bene le attrezzature di proprietà della struttura, case mobili meglio di bungalow, mentre viene denunciato un peggioramento per quanto riguarda caravan e tende.

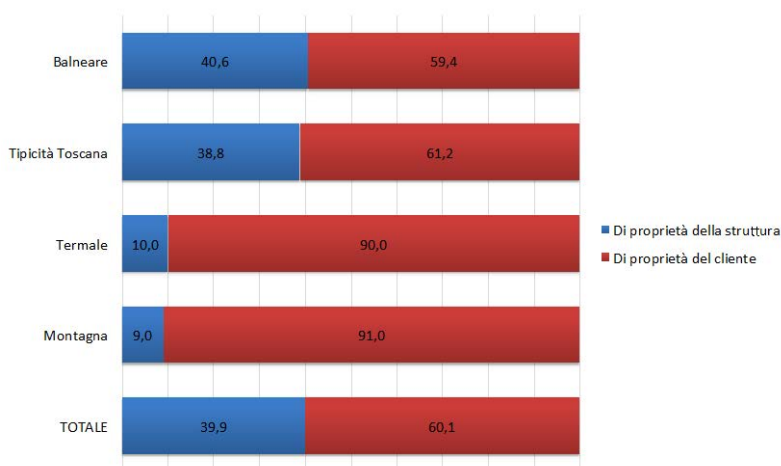
Graf. 8) valutazione dell'andamento del mercato secondo uso dell'attrezzatura. Anno 2016.



Le tende sono segnalate con un andamento peggiore della stagione precedente in tutte le aree, ad esclusione di quelle definite come tipicità toscana, caratterizzate anche da minore redditività (maggiore scarto tra variazione dei pernottamenti e variazione del fatturato) e maggiore crescita relativa degli stranieri. Si potrebbe ipotizzare che in quelle aree cresca il turismo degli stranieri in tenda, con una ricaduta economica minore.

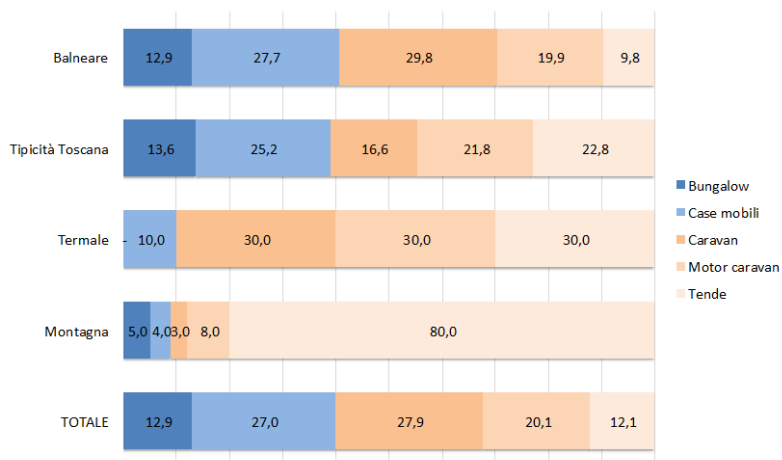
Di conseguenza la percentuale di pernottamenti nelle attrezzature di proprietà della struttura si attesta nel totale sul 40%, con punte massime del 41% nei comuni balneari, il 39% nelle aree della maggiore tipicità, per scendere poi al 10% nelle zone termali e al 9% nella Montagna.

Graf. 9) distribuzione pernottamenti per proprietà della attrezzatura e risorsa prevalente. Anno 2016.



L'utilizzo delle tende continua ad essere prevalente in montagna, dove raggiunge l'80,0% dei pernottamenti, mentre risulta più basso nelle destinazioni balneari, dove l'uso delle attrezzature proprie scende al 10% per le tende, al 19% per i motor caravan e a 30% per i caravan.

Graf. 10) distribuzione pernottamenti per tipo di attrezzatura e risorsa prevalente. Anno 2016.



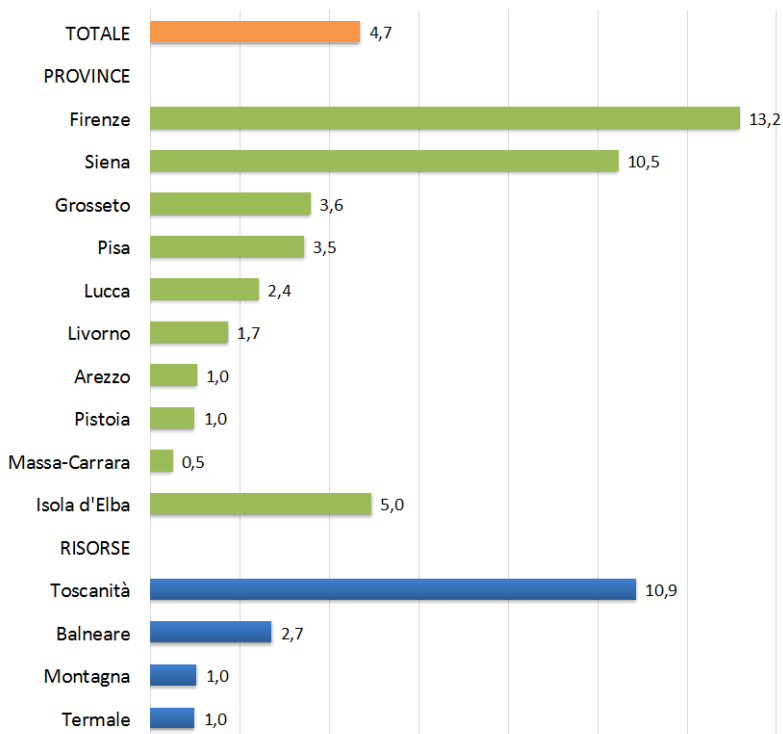
Gli stranieri

La stagione estiva 2016 ha confermato il ritorno dei turisti dall'estero già segnalato l'anno precedente. A fronte di un aumento totale del 5% circa, le province di Firenze (+13%) e Siena (+10%) crescono a tassi sensibilmente più elevati, confermando il successo delle città d'arte e della toscantità (+11%). Grosseto e Pisa (+4%) non si discostano molto dal tasso medio, più basse le

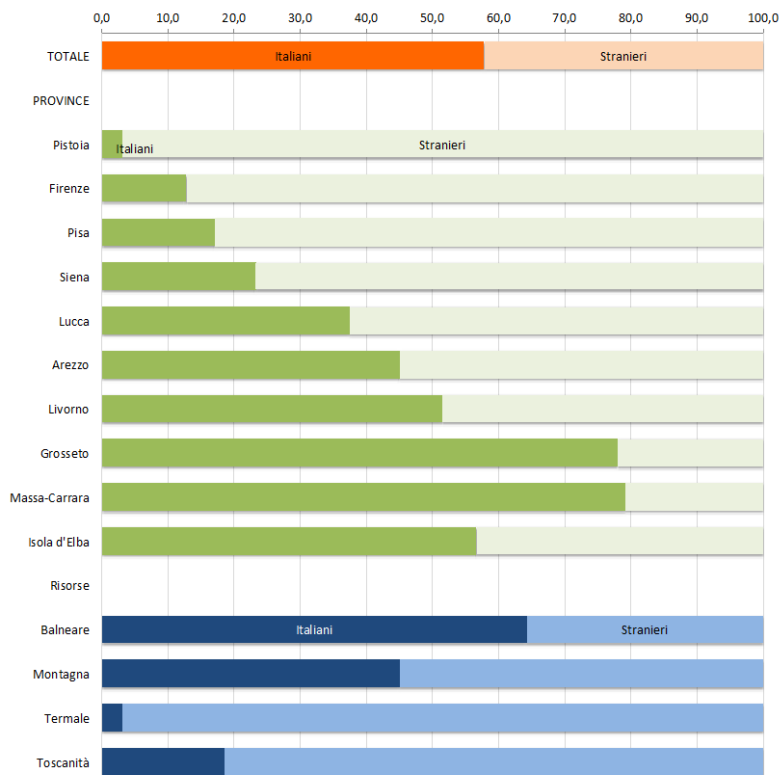
altre province con minimi per Massa Carrara (+0,5), Pistoia e Arezzo (+1%). Buona la performance dell'Isola d'Elba che ha visto la crescita del 5% dei pernottamenti di stranieri.

Il numero di notti di turisti italiani e stranieri più o meno si equivale. I primi hanno una lieve predominanza (51,3% contro 48,7%) ma la differenza può considerarsi trascurabile.

Graf. 11) variazione presenza turisti stranieri per provincia e risorsa prevalente. Estate 2016.



Graf. 1) incidenza italiani e stranieri per provincia e risorsa prevalente. Estate 2016.

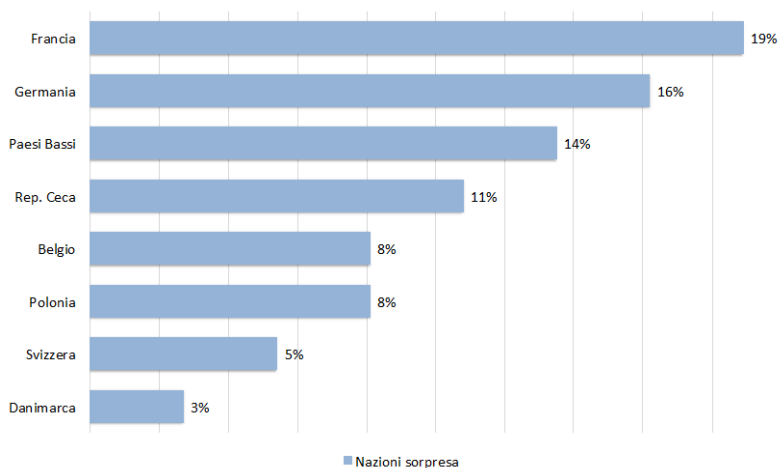


Ancora la provincia di Pistoia quella dove gli imprenditori segnalano il tasso più elevato di stranieri, intorno al 97%, non lontano da quanto dichiarato l'anno precedente. Prevalgono gli stranieri in tutte le province interne, con valori che vanno da 87% di Firenze a 83% di Pisa, 77% di Siena e 55% di Arezzo. Unica eccezione è la provincia di Lucca dove i turisti da oltre confine

sono il 63%. Nelle aree costiere invece prevalgono gli italiani, di poco in provincia di Livorno (51%), in modo sensibile a Grosseto (78%) e a Massa Carrara (79%). Nell'Isola d'Elba la situazione è abbastanza equilibrata con gli italiani al 57%.

La maggiore sorpresa dal mercato straniero rispetto alle attese è venuta dalla Francia, segnalata dal 19% degli intervistati. Al secondo posto la Germania (16%), seguita dai Paesi Bassi, dalla Repubblica Ceca, Belgio e Polonia. L'incremento delle notti degli stranieri non è legata ad una sola origina ma da un diffuso ritorno al mare toscano.

Graf. 13) nazioni sorpresa. Estate 2016.

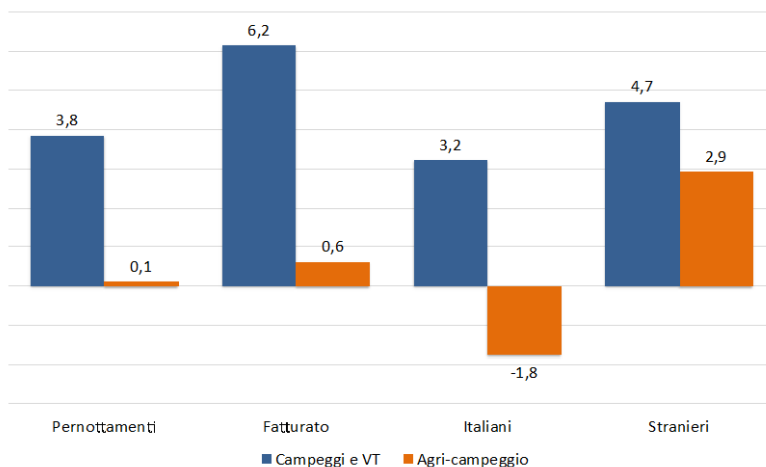


L'altra offerta "open air".

Negli anni passati si era notato che le tipologie ricettive "open air" che fanno capo all'agri campeggio o alla sosta per camperisti, in concorrenza con l'offerta ricettiva in campeggi e villaggi turistici, avevano avuto risultati migliori rispetto alle strutture tradizionali.

Nel 2016 il fenomeno sembra essersi fermato, fino ad invertire le tendenze per quanto riguarda le aree di sosta. A fronte di un aumento del 4% circa delle notti nella ricettività tradizionale toscana, l'agri campeggio in regione non dichiara nessun incremento dei pernottamenti, con riduzione del 2% delle notti degli italiani bilanciato dalla crescita del 3% degli stranieri.

Graf. 14) variazioni pernottamenti e fatturato agri campeggio. Estate 2016.



Per un sistema di promozione congiunto

L'industria turistica vive da sempre il tema della concorrenza su due livelli: territoriale e aziendale. Il fattore territorio e il fattore impresa sono elementi che guidano la scelta del turista. Dove andiamo (luogo) e da chi andiamo (impresa) sono i principali elementi guida, parametri, fattori di scelta, che portano il visitatore nella singola struttura. Il rapporto tra la gestione dell'aspetto territoriale e di quello imprenditoriale è da sempre un elemento di discussione e di iniziativa, come avvenuto anche a livello legislativo con la nascita dei Sistemi Turistici Locali. Il sistema impresa allo stesso tempo concorre sempre più con se stesso, dal momento che il turista è diventato elastico e variabile nelle sue scelte, potendo rivolgersi indistintamente a strutture alberghiere, a quelle all'aria aperta o extralberghiere. Un ulteriore tema, affrontato spesso negli ultimi anni, è quello delle reti, in una discussione sulla loro estensione, ramificazione e finalità.

Una ricerca realizzata dalla Università di Siena in collaborazione con FAITA ha individuato alcuni temi che possono essere sviluppati nell'ambito delle reti. Sono risultati più segnalati la promozione, il web marketing, la valutazione della customer satisfaction, le indagini di mercato. Durante l'indagine consuntiva del 2016, i cui risultati sono riportati in questo rapporto, sono stati approfonditi alcuni aspetti e in particolare la forma, responsabilità e ampiezza di una eventuale iniziativa di rete, la disponibilità ad esserne coinvolti e a cofinanziarla.

Aggregazione tra chi?

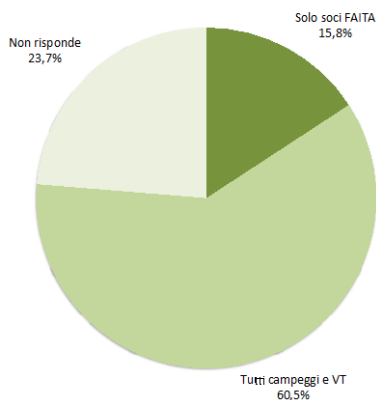
Il 60% degli intervistati ha indicato come aggregazione una forma che esuli dall'appartenenza a preesistenti forma di

associazionismo datoriale, aprendosi a tutto il comparto. Una disponibilità ad un ampio coinvolgimento, rilevato principalmente nelle strutture delle province costiere centrali della Toscana, nel senese, trasversalmente alle risorse prevalenti.

Indicano invece una limitazione ai soli soci di FAITA (16% degli intervistati) principalmente le strutture dell'area fiorentina e quelle della toscanità.

Il 24% che non ha risposto alla domanda si distingue per non essere socio FAITA e per operare nell'ambito balneare.

Graf. 15) possibili appartenenti ad una rete per la promozione della ricettività all'aria aperta.

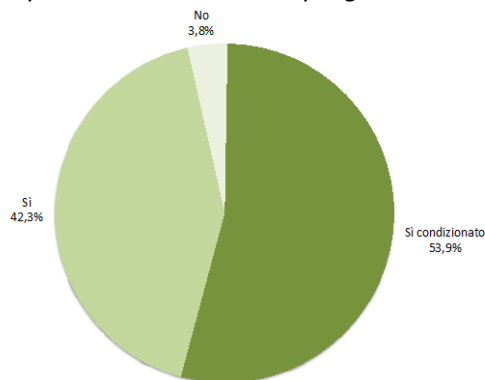


Disponibilità a fare parte della rete

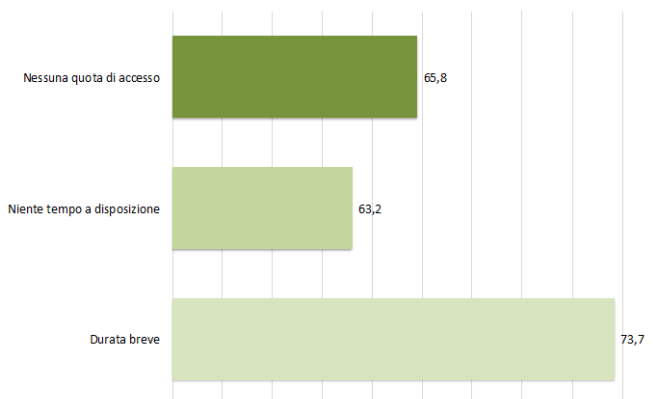
Alla richiesta di una disponibilità o interesse a fare parte di una rete di promozione, la risposta positiva è stata pressoché unanime (i no sono il 4%) tuttavia con una grande distinzione tra il sì

incondizionato (42% degli intervistati) e un sì soggetto ad alcuni vincoli di costo, durata e impegno.

Graf. 16) disponibilità ad aderire al progetto.



Graf. 17) condizioni per aderire al progetto.



Le condizioni per aderire

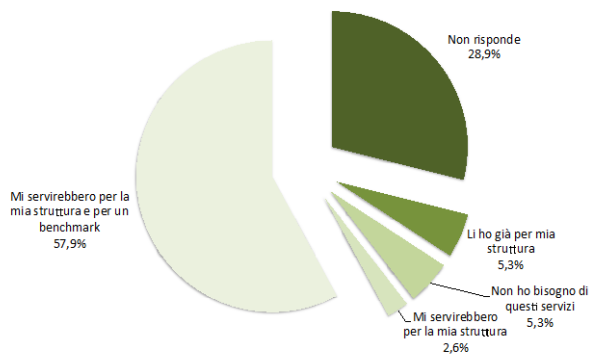
I vincoli espressi alla partecipazione alla rete di promozione sono tre: il primo è di durata, indicato dal 74% di coloro che indicano

condizioni, il secondo è di tempo, indicato dal 63%, e il terzo, indicato dal 66%, è legato alla gratuità dell'accesso alla rete. Questo insieme di condizioni denotano l'interesse a partecipare ad una iniziativa senza però un legame duraturo e quindi un piano di sviluppo che possa spingersi nel medio termine.

Altri servizi per la gestione

L'indagine realizzata dalla Università di Siena ha rilevato l'interesse dei gestori delle strutture all'aria aperta in altri servizi strategici esternalizzabili (web marketing, indagini di mercato, customer satisfaction). Con l'indagine congiunturale 2016 è stato chiesto agli imprenditori intervistati l'interesse per questi servizi, se possano essere oggetto di fornitura da parte di un organismo di rete ed eventualmente come li stanno procacciando attualmente.

Graf. 18) interesse per servizi strategici.



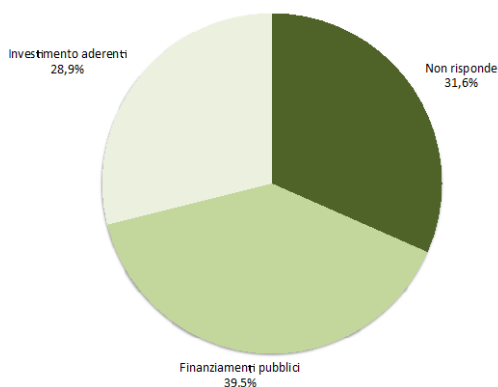
Il 5% degli intervistati ha dichiarato di provvedere già a tali servizi in maniera autonoma, limitatamente alla propria struttura. Analoga percentuale dichiara di non averne bisogno. Il 3% dichiara

di averne bisogno per conoscere solamente gli andamenti della propria struttura e il 58% risponde che i dati potrebbero essere utili non solo per conoscere l'andamento a livello di impresa, ma anche per un confronto con le altre imprese del settore.

Il finanziamento dell'iniziativa

Alla richiesta di come dovrebbe essere finanziata la rete delle imprese, la risposta prevalente (39%) è stata quella del ricorso a fondi opportunamente messi a disposizione dagli enti pubblici. Il 29% ha invece suggerito di avvalersi dell'investimento degli aderenti. Il 32% non risponde.

Graf. 19) il finanziamento della rete.

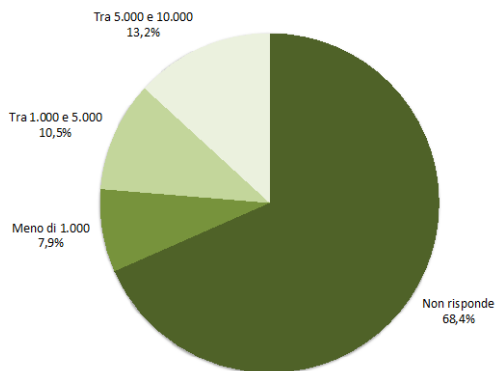


Il contributo dei soci

Come ultima indicazione da parte degli intervistati è stato richiesto il livello di impegno che ognuno di essi sarebbe disposto ad assumersi in termini economici per la nascita e lo sviluppo della rete. A fronte di tale domanda una ampia maggioranza ha

preferito non rispondere (68%), il 13% ha indicato un valore tra 5.000 e 10.000 euro, il 10% si è dichiarato disponibile ad investire tra 1.000 e 5.000 euro mentre l'8% indica la disponibilità per contribuire con una cifra inferiore a 1.000 euro.

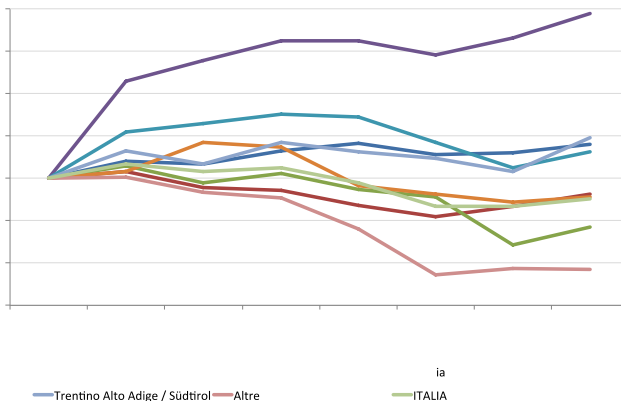
Graf. 20) la disponibilità a contribuire (Euro).



La ricettività all'aria aperta nelle statistiche ufficiali: Italia e Europa

I dati delle presenze nelle strutture ufficiali forniti dall'ISTAT per l'anno 2015 segnalano per l'Italia un totale di circa 62 milioni con una crescita del 2% circa rispetto all'anno precedente. Un risultato significativo dopo tre anni di diminuzioni. Gli arrivi sono stati 9,2 milioni circa, anche in questo caso con un aumento del 2% rispetto al 2014.

Graf. 21) Evoluzione delle presenze nelle principali regioni italiane dell'open air. Numeri indice, 2008=100.



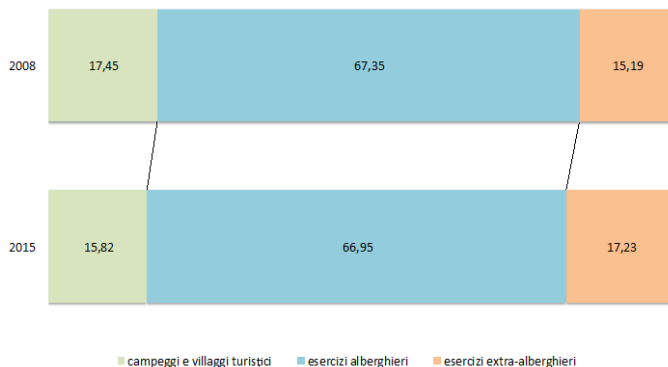
Fonte: ISTAT

La Toscana, dove le presenze hanno raggiunto i 9,3 milioni di notti circa e gli arrivi sono stati 1,3 milioni, conserva il secondo posto in Italia con il 15% di pernottamenti e il 14% degli arrivi. Presenze ed arrivi sono cresciuti entrambe nel 2015: il primo del 3% e il

secondo del 4%. Si può notare per l'anno analizzato, una performance superiore alla media nazionale.

Nonostante un lieve calo nel numero di presenze tra il 2008 e il 2015 (circa 365 mila in meno), nel medio termine la Toscana mantiene il ruolo guida, preceduta solamente dal Veneto che accoglie il 28% delle presenze e il 27% degli arrivi. Seguono l'Emilia-Romagna (7%), le Marche (6%) Lombardia, Puglia e Trentino (5% circa). Il peso della regione, nel medio termine, è rimasto invariato, mentre tra il 2008 e il 2015 l'importanza del Veneto è cresciuta di oltre 3 punti percentuali e quello delle Marche di poco meno di due. Stabile l'Emilia-Romagna. La permanenza media, in calo di 0,8 notti a livello nazionale, in Toscana scende solo di 0,6.

Graf. 22) Distribuzione delle presenze per tipologia ricettiva. Italia anni 2008 e 2014.

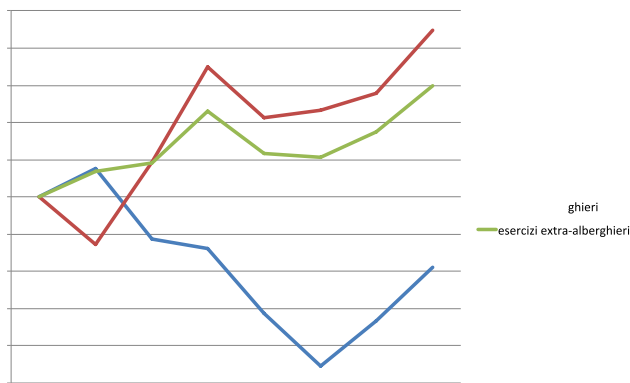


Fonte: ISTAT

Sempre nel medio termine, considerando solamente le regioni che hanno un peso superiore al 5%, le presenze sono aumentate del 39% circa nelle marche, del 10% in Trentino Alto Adige, dell'8% in Veneto, del 6% in Lombardia. Tutte tendenzialmente in calo le altre regioni.

È indubbio tuttavia che, nella visione generale nazionale, il comparto non gode di ottima salute nel confronto con le altre tipologie ricettive. Tra il 2008 e il 2015 infatti le presenze sono calate del 5%, passando da oltre il 17% a circa il 16% del totale, a fronte di una aumento generale del 5% che ha visto premiare in particolare le strutture extralberghiere cresciute di oltre il 6%, e quelle alberghiere aumentate del 4%.

Graf. 23) Evoluzione delle presenze per tipologia ricettiva in Toscana. Numeri indice, 2008=100.



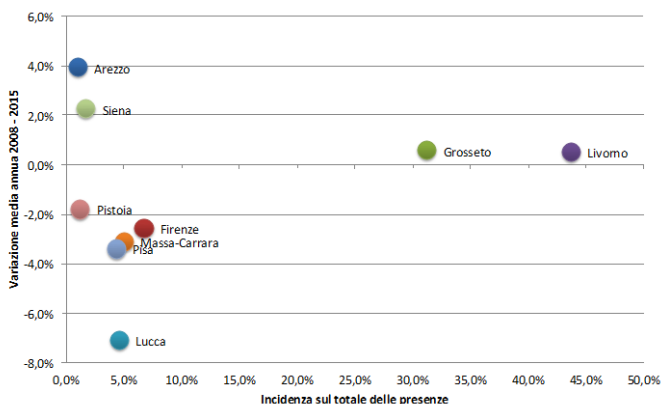
Fonte: ISTAT

In Toscana la provincia di Livorno con 4 milioni circa di notti resta leader del comparto. Al secondo posto Grosseto con due terzi circa del valore, seguite da Firenze e da Massa Carrara. L'aumento

del 2015 ha premiato principalmente la provincia di Firenze, cresciuta quasi del 16%, seguita da Grosseto (+8%), Livorno (3%). In calo le altre province.

Nel medio termine (2008 - 2015) anche la Toscana ha visto ridurre del 4% le presenze nelle strutture all'aria aperta a fronte di un aumento generale di oltre il 7% che ha premiato più le strutture alberghiere (+9%) di quelle extralberghiere (+6%). Di conseguenza il peso del comparto è passato da oltre il 23% al 21% circa.

Graf. 23) Incidenza e variazione delle presenze nelle province toscane. Anno 2015



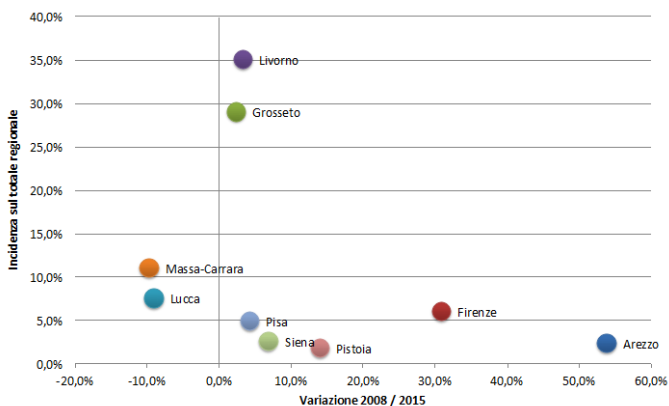
Fonte: ISTAT

Relativamente alle singole province, nel medio termine quella di Livorno è salita dal 41% al 44% del totale delle presenze regionali nelle strutture all'aria aperta, quella di Grosseto è passata dal 29% al 30%. La provincia che invece ha visto ridurre maggiormente l'incidenza nel mercato è quella di Lucca, scesa di quasi tre punti percentuali passando dal quarto al quinto posto nella ipotetica

classifica delle province. Tuttavia i risultati migliori in termini percentuali sono stati registrati dalla provincia di Arezzo che, nell'intervallo di tempo, è cresciuta del 31%, seguita da Siena con il 17%, Grosseto e Livorno con il 4%. In calo le altre province, con la punta massima di Lucca diminuita del 40%.

A fronte della dinamica della domanda vista precedentemente, l'offerta toscana in termini di posti letto è cresciuta del 2,8% tra il 2008 e il 2015, con una accelerazione dal 2013 per investimenti nelle province di Arezzo, Firenze, e Pistoia che tuttavia restano a livelli del 5% o meno della offerta totale.

Graf. 23) Incidenza e variazione dei posti letto nelle province toscane. Anno 2015.



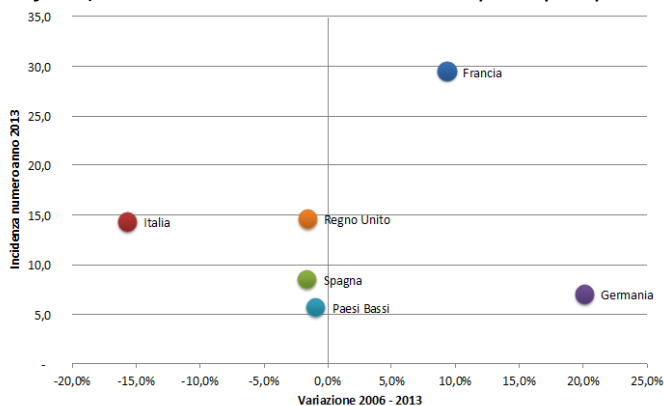
Fonte: ISTAT

Anche a livello europeo si nota negli ultimi anni una ripresa del turismo all'aria aperta, dopo il minimo registrato nel 2012. I dati forniti da Eurostat aggiornati al 2015, che rappresentano circa due terzi del totale delle notti, indicano un aumento del 3% dei

pernottamenti nelle strutture all'aria aperta. La Francia, che non ha mai risentito di un vero e proprio momento di difficoltà, ha dichiarato nel 2015 un aumento delle presenze del 3% circa, la Spagna del 6%, la Germania del 5% e la Croazia del 4%. In calo solamente l'Olanda, diminuzione dovuta principalmente al turismo nazionale che si è nuovamente diretto verso le aree più calde del Mediterraneo. Mancano i dati relativi al Regno Unito, uno dei grandi player del turismo open air.

Sei paesi raccolgono quasi l'80% per cento dei pernottamenti in Europa e tra questi la dinamica di lungo periodo peggiore è sicuramente quella italiana.

Graf. 23) Incidenza e variazione notti nei principali paesi europei.



Fonte: Eurostat

Metodologia

Le rilevazioni dell'Osservatorio sul Turismo all'Aria Aperta in Toscana sono state effettuate con la somministrazione di un questionario on line all'universo di **255** strutture ricettive all'aria aperta della Toscana (campeggi e villaggi turistici), in cui sono disponibili circa 180.000 posti letto per l'ospitalità di turisti, cui si aggiungono **91** agricampeggio, aree di sosta e aree attrezzate, per un numero indeterminato di ricettività.

Nel 2016, le rilevazioni sono state effettuate durante due periodi

- Previsionale prima dell'inizio della stagione estiva per rilevare le previsioni.
- Consuntivo: iniziato nel mese di settembre per rilevare il dato finale della stagione estiva.

Il questionario era composto da una parte ripetuta negli anni, per misurare l'evoluzione della congiuntura turistica, e una parte di approfondimento sulla condivisione dei responsabili e titolari dei campeggi per un processo di sviluppo di una strutturata forma societaria che si occupi di promozione e marketing.

Per la realizzazione dell'osservatorio è stata necessaria la partecipazione attiva di tutte le strutture ricettive, sia per la compilazione dei format quando richiesto, sia per la proposta di elementi da indagare.

Si è confermata, con gli opportuni aggiornamenti dell'offerta 2016, la banca dati ufficiale delle strutture reperite nei siti delle Amministrazioni Provinciali e direttamente presso le strutture nel corso dell'osservatorio 2013. Anche nel corso di questo anno, come per il precedente, sono state rilevate altre forme di ricettività all'aria aperta facenti capo ad altre tipologie, come gli agriturismo e le aree di sosta.

Questa integrazione ha portato ad un elenco di **346** strutture ed ha permesso di giungere ad un elenco significativo dell'offerta

all'aria aperta in Toscana, realizzando un data base completo di nome, indirizzi, mail e informazioni strutturali di ognuno dei campeggi esistenti. In particolare le informazioni sono relative a

- Localizzazione (comune, provincia, risorsa turistica)
- Tipologia di struttura (camping o villaggio)
- Classificazione in stelle
- Posti letto e piazzole (distinti per Camper, Roulotte, bungalow, piazzole per tende e case mobili)
- Servizi disponibili

In entrambe le rilevazioni, la richiesta di compilazione del questionario è stata inviata a 346 gestori di strutture "plein aire". Le risposte hanno avuto una copertura significativa rispetto all'universo di riferimento, raggiungendo una media nelle due fasi del 15% di strutture e del 17% dei posti letto disponibili. Per la verità la partecipazione è stata più contenuta rispetto a quella registrata negli anni precedenti, soprattutto nella rilevazione a consuntivo; hanno risposto in quel caso il 14% di strutture e il 15% di posti letto. Gli errori campionari di stima sono significativamente limitati entro l'1,5%.

Si presume che la motivazione di tale contrazione risieda negli argomenti contenuti nella sezione tematica del questionario, nella quale i temi toccati era prossimi alla sfera "personale" e le indicazioni strategiche limitrofe ad una dichiarazione di consenso della struttura che, di certo, ha condizionato la consueta adesione del 10% in più di strutture. In realtà, del tutto consapevole del fatto che questa reazione avrebbe potuto manifestarsi, il gruppo di lavoro si ritiene del tutto soddisfatto della numerosità e della rappresentatività raggiunta con il campione e, non ultimo, della adesione a risposte tematiche che hanno consegnato scenari davvero interessanti e utili per la programmazione delle prossime stagioni di commercializzazione e promozione del comparto.

Copertura media del campione nelle due rilevazioni

	Campione		Universo		Incidenza %	
	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto
Arezzo	2	773	15	3.016	13,3%	25,6%
Firenze	5	2.307	20	10.920	25,0%	21,1%
Grosseto	7	7.552	51	52.478	13,7%	14,4%
Livorno	13	15.556	75	62.750	17,3%	24,8%
ELBA	8	5.528	29	13.021	27,6%	42,5%
Lucca	1	1.000	16	8.532	6,3%	11,7%
Massa-Carrara	7	4.528	38	22.815	18,4%	19,8%
Pisa	2	930	21	6.414	9,5%	14,5%
Pistoia	1	350	7	2.726	14,3%	12,8%
Siena	3	2.360	12	6.246	25,0%	37,8%
CAMPEGGI E V.T.	41	35.356	255	175.897	16,1%	20,1%
Altro interesse	3	1.617	6	5.255	50,0%	30,8%
Arte Affari	3	1.780	30	14.017	10,0%	12,7%
Balneare	28	28.636	166	142.447	16,9%	20,1%
Campagna collina	3	950	19	6.180	15,8%	15,4%
Montagna	2	723	19	3.828	10,5%	18,9%
Termale	1	1.500	5	2.732	20,0%	54,9%
Arte Affari - Campagna Collina - Altro interesse	9	4.347	55	25.452	16,4%	17,1%
Aree attrezzate	2	100	9		22,2%	
Agri-campeggio	4	215	38		10,5%	
Aree sosta	3	480	44		6,8%	
AREE OPEN AIR	9	795	91		9,9%	

I dati rilevati sono stati poi elaborati considerando il peso specifico di ogni struttura in termini di posti letto nel panorama regionale.

L'elaborazione statistica è stata impostata alla lettura delle dinamiche congiunturali e al confronto quelli rilevati dall'osservatorio e ufficialmente dalla Regione negli anni precedenti.