



**ALPE ADRIA**

*all'aria aperta*

Sabato, 28 ottobre 2023 dalle 10 alle 13 nella Sala dei Chiostrì di Santa Corona, si è tenuto il convegno **Alpe Adria Crocevia con l'Europa del turismo sostenibile all'aria aperta**. Il convegno, patrocinato dall'Amministrazione comunale di Vicenza, celebra la nascita di *Alpe Adria All'Aria Aperta*, una federazione che raggruppa e coordina altre Associazioni presenti nel territorio, con l'obiettivo di varcare i confini regionali, allargare i propri orizzonti e tessere rapporti di amicizia e di collaborazione con le locali realtà istituzionali, private e del Terzo settore

ATTI - ABSTRACTS - DOCUMENTI

A cura di Paolo Baracetti

## PROGRAMMA

### ALPE ADRIA: CROCEVIA PER L'EUROPA DEL TURISMO SOSTENIBILE ALL'ARIA APERTA PROGRAMMA

#### SALUTI DI APERTURA E INTRODUZIONE DEI LAVORI

1. *Introduzione* di **Paolo Baracetti**;
2. *Saluti* del sindaco di Vicenza **Giacomo Possamai**;
3. **Ministero del Turismo**: *Lettura comunicazione del Ministero del Turismo*;
4. **Dario Bressan** Presidente Campeggio Club di Vicenza: *Presentazione di Alpe Adria all'Aria Aperta*;
5. **Michela Bagatella** - Pleinairclub Camper: *2.0 l'evoluzione del turismo all'aria aperta nell'immaginario collettivo post Covid*;

#### INTERVENTI

6. **Ezio Paganin – William Del Negro**: *ALPE ADRIA All'Aria Aperta: Il progetto Aree Camper*;
7. **Igor Treleani**- – Consigliere regionale, Friuli Venezia Giulia: *Il ruolo delle Regioni per lo sviluppo del turismo itinerante interregionale*;
8. **Ludovica Sampaolesi** - Direttore generale APC (Associazione Produttori Caravan e Camper): *Turismo itinerante: Opportunità di sviluppo economico per i territori*;
9. **Ester Bordin** Presidente ASSOCAMP: (Associazione in Italia di rivenditori di veicoli e attrezzature per il turismo all'aria aperta). *Necessità di aree di sosta*;
10. **Alberto Granzotto** - Presidente FAITA – Nord Est Federcamping (Federazione delle associazioni italiane dei complessi turistico-ricettivi all'aperto): *Le aspettative dei campeggiatori e gli investimenti necessari per soddisfarle*.

#### TESTIMONIANZE

12. **Nunzio Pocchiesa** – Presidente della Regola di Padola: *L'area camper come contributo di sviluppo del proprio territorio turistico, economico e socioculturale del proprio territorio*;
13. **Gianantonio Palezza** – Presidente del Campeggio Club di Udine: *il Club come soggetto sociale e di promozione socioculturale del territorio*;
15. **Annalisa De Leonardo** – Presidente del Parco delle Prealpi Giulie: *Contributo storico, culturale ed economico del turismo itinerante nel Triveneto*;
16. **Fabio Bristot** – Direzione Nazionale **CNSAS** (Corpo Nazionale Soccorso Alpino e Speleologico): *Il ruolo dell'informazione, prevenzione (vigilanza) connessa alla frequentazione a scopo turistico e ricreativo dell'ambiente montano*;
17. **Paolo Baracetti** – *Chiusura lavori*.

## Premessa del curatore

1. **Marco Valentini**, vice Presidente di Alpe Adria ha letto la comunicazione (rinvenibile tra gli allegati) del Ministro del Turismo Daniela Santanchè. Oltre alla comunicazione del Ministro del Turismo, tra gli allegati sono rinvenibili i documenti le relazioni e/o testi di:
2. **Ennio Vigne**, Presidente del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi;
3. **Jerko Sladoliev**, rappresentante Slovenia e Croazia, pur avendo preannunziato la sua presenza, non aveva partecipato al convegno ma ha pubblicato, il 28 dicembre scorso, sulla sua rivista, un articolo nel quale parla di Alpe Adria (il testo è riportato negli allegati). Digitando: <https://www.turizmoteka.hr/trzista/alpe-adria-plein-air-asocijacija-iz-padova-implementira-svoj-prvi-projekt-u-funtani-valamarovom-premium-camping-resortu/>, è possibile accedere alla rivista croata. Con un *click*, il testo, in croato, viene tradotto in italiano.
4. **Roger De Menech** proposta di legge: «*Sistema nazionale delle aree di sosta per caravan*».
5. **Dario Bressan, Ezio Paganin, Gianantonio Palezza e William Del Negro**: «*Progetto di un Marchio di Qualità per le Aree Camper*»;  
La brochure del convegno.



Fabio Bristot e William Del Negro



Marco Valentini

## Introduzione

Signore e signori, buongiorno. Sono Paolo Baracetti

Già docente nella Formazione professionale, ho conseguito la laurea in «Lingue e Letterature Straniere» all'Istituto Universitario di Lingue e Letterature moderne di Milano (sede di Feltre). Sono Iscritto all'Ordine dei giornalisti del Veneto — Elenco Pubblicisti dall'aprile del 1993.

Dal marzo del 2007 sono direttore responsabile de «Il Senza Titolo», il notiziario periodico del Campeggio Club Belluno. Ho coordinato due convegni proposti dal Campeggio Club Belluno. Il primo intitolato «Sviluppo sostenibile del turismo itinerante nel Bellunese» che si tenne nella Sala degli Affreschi di Palazzo Piloni, giovedì, 9 giugno 2016.

«Turismo itinerante nelle Dolomiti Bellunesi: un giusto equilibrio tra natura, attività fisica e conoscenza» era il titolo del convegno promosso dal Campeggio Club Belluno. nel quadro di «Dolomiti Show» che si è tenuto nel Polo fieristico di Longarone nella mattinata del 6 ottobre 2018.

Ed oggi, accogliendo l'invito del presidente Ezio Paganin, sono chiamato a regolare gli interventi dei relatori che invito ad essere il più possibile stringati nella loro esposizione in modo da lasciare, prima delle conclusioni dei lavori, lo spazio per un eventuale breve dibattito tra i convenuti.



PAOLO BARACETTI

Giornalista

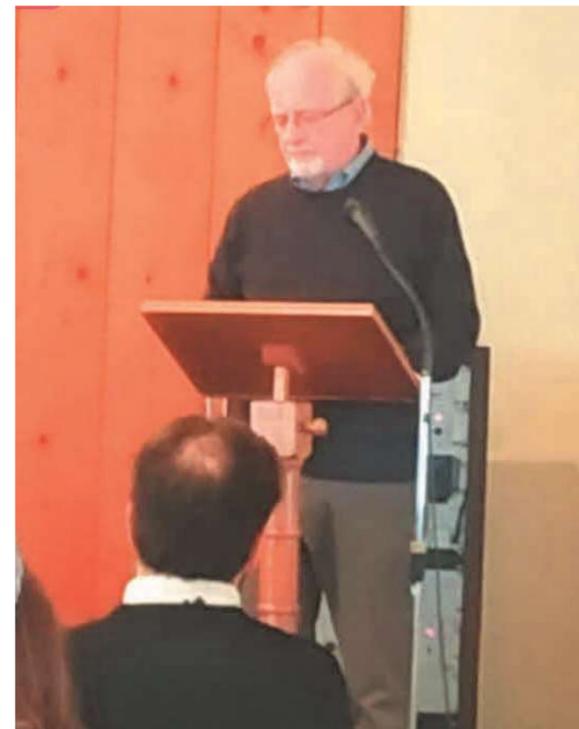
## Saluto del sindaco



**Giacomo Possamai**  
Sindaco comune di Vicenza

Vicenza non è dotata di aree camper.  
Sarà un impegno o dell'Amministrazione realizzare almeno un'area di sosta.  
Vicenza è una città di vocazione turistica che dobbiamo valorizzare.  
Vicenza è una città frequentata da numerosi turisti itineranti, sia italiani che stranieri che vorrebbero fermarsi in città più di qualche giorno ma sono costretti a un mordi e fuggi di una ricettività qualificata.  
L'Amministrazione costituirà una commissione che esamini Vicenza dal punto di vista turistico, compreso il turismo itinerante.  
Con piacere accolgo questo incontro di Alpe Adria all'aria aperta, che d'ora in poi diverrà un progetto per la città.

## Intervento di



Ogni anno transitano attraverso i nostri confini più di tre milioni di veicoli ricreazionali con un indotto economico di qualche miliardo di euro. Un terzo di questo flusso rimane nel nostro territorio. Nel periodo estivo il flusso turistico itinerante si riversa principalmente nei luoghi di villeggiatura, principalmente nei campeggi, e nelle località di interesse culturale se dotate di aree di sosta attrezzate. All'inizio dell'autunno i campeggi chiudono e vengono riaperti all'inizio della primavera. Il turismo itinerante non è stagionale: il flusso continua, quasi tutto camperistico. Nei mesi autunnali e invernali sono interessate prevalentemente località di interesse culturale (città d'arte, borghi, manifestazioni, fiere, ecc.) dotate di aree protette fornite di quei servizi essenziali per la sosta.

Purtroppo nel nostro Paese vi è una carenza di aree di sosta camper anche in località di notevole interesse.

È stata presa in esame la situazione globale ed è stato sviluppato un progetto inviato nel 2021 al Ministero del Turismo.

Il progetto, pur apprezzandolo, non ha trovato supporto dalle Federazioni del nostro settore incredibile sulla fattibilità di tale progetto.

Di fatto il progetto è stato approvato Dal Ministero del Turismo e reso pubblico in un recente convegno a Roma dal Ministro del Turismo Daniela Santanchè.

Ecco allora la decisione di costituire una nuova associazione, sottoscritta da 18 persone, Presidenti di Club, Associazioni del Settore del turismo, Associazioni volontaristiche ed imprese private del Triveneto, per dare seguito al progetto.

La nuova associazione è stata denominata «Alpe Adria all'aria aperta»: dalle Alpi, all'Adriatico che fanno da cornice al nostro Territorio.

Fin da subito "Alpe Adria" ha avuto una notevole risonanza tanto da destare interesse da parte di Croazia e Slovenia. Altre realtà si stanno interessando al nostro movimento.

Da soli non si va da nessuna parte. La realizzazione del progetto richiede una larga partecipazione in partnership con altre entità del settore turistico come: Bonometti Centrocaravan, la più grande realtà italiana con quattro piani espositivi. Ringraziamo Bonometti per aver contribuito fattivamente a questo convegno.

Un importante accordo è stato sottoscritto con "Plein Air". Ciò permette ad Alpe Adria, oltre ad usufruire dei loro servizi, di avere uno straordinario veicolo di comunicazione a livello nazionale delle attività che andremo a svolgere

## Intervento di



**MICHELA BAGATELLA**

Giornalista Club del PleinAir

**CONVEGNO di PRESENTAZIONE****ALPE ADRIA ALL'ARIA APERTA**

VICENZA, SALA DEI CHIOSTRI DI SANTA CORONA

**28/10/23**RELAZIONE DI **MICHELA BAGATELLA - PLEINAIR**

Ringrazio gli **ideatori e promotori del progetto Alpe Adria all'aria aperta**, a cominciare dal gruppo di lavoro composto da **Ezio Paganin, Dario Bressan, Gianantonio Palezza, William del Negro**, i loro collaboratori e tutti i **soggetti coinvolti nell'iniziativa: associazioni, enti locali, club di turisti itineranti**. Vi porto inoltre un caloroso saluto da parte della redazione di *PleinAir* e del gruppo di lavoro di *PleinAirClub*.

Permettetemi di esprimere compiacimento per un'iniziativa dedicata a **una terra da sempre crocevia di popoli e culture**. Un territorio dalla grande varietà di ambienti che vanno dalle Dolomiti alle lagune e alle scogliere dell'alto Adriatico, dalle colline moreniche che si affacciano sulle acque del Garda alle propaggini del Carso.

È in questo contesto che nasce **ALPE ADRIA all'aria aperta, una federazione che raggruppa e coordina altre associazioni presenti nel territorio** con l'obiettivo di varcare i confini regionali, intessere rapporti di amicizia e collaborazione con le locali realtà istituzionali, private e del terzo settore.

Saluto anche i partecipanti a questo convegno e li ringrazio per la loro presenza. Con alcuni la collaborazione è di lunga data, e cito almeno la **direttrice generale di APC Ludovica Sanpaolesi, la presidentessa di Assocamp Ester Bordino e il presidente di Faida FederCamping Alberto Granzotto**. Lascio a loro il compito di indicare le cifre del settore che raccontano un settore dinamico e in forte espansione. Quelle della produzione, un comparto che ha in Toscana – nella cosiddetta Camper Valley – uno dei poli produttivi più importanti e prestigiosi d'Europa, e delle immatricolazioni che fanno riferimento alla rete vendita di veicoli da vacanza. Il tutto affiancato dalla voce delle imprese turistico ricettive all'aria aperta, un comparto che riveste un ruolo di primo piano nelle presenze turistiche del nostro Paese.

Conferma il ruolo sempre più incisivo del comparto la grande novità dell'ultima ora legata a un importante stanziamento da parte del governo per incrementare la rete italiana delle aree di sosta. Lo scorso 24 ottobre è stata approvata la conversione in legge del decreto legge 'Misure urgenti in materia di pianificazione della qualità dell'aria e limitazioni della circolazione stradale'. Il nuovo testo prevede quasi **33 milioni di euro per finanziare gli investimenti proposti dai comuni italiani volti alla creazione e alla riqualificazione di aree attrezzate di sosta** temporanea a fini turistici e alla valorizzazione del turismo all'aria aperta, attraverso apposito bando da pubblicarsi da parte del Ministero". Se sarà approvato dal Senato, a partire dal prossimo anno c'è da aspettarsi un importante incremento nella ricettività *en plein air* del sistema Italia.

Fatta questa premessa, consentitemi di inquadrare le motivazioni della mia presenza in questa sala.

**PleinAir, fondata nel lontano 1971, insieme alla grande community del PleinAirClub – annovera 87.000 famiglie – si muove sin dalle origini nella direzione della promozione di un turismo responsabile, destagionalizzato, attento al binomio inscindibile cultura-natura. Va in questa direzione la collaborazione con la nuova realtà di Alpe Adria all'aria aperta.**

Vorrei ora offrire alcuni spunti di riflessione intorno a una modalità di turismo che ancora oggi, nonostante i passi avanti, continua a essere ancora un po' imprevedibile, a sfuggire alle categorizzazioni e agli incasellamenti rigidi.

E questo a maggior ragione dopo la pandemia, che ha visto una crescita senza precedenti dell'interesse verso le vacanze all'aria aperta come diretta conseguenza della ricerca di un approccio più ravvicinato e senza filtri alle esperienze nella natura. E penso anche al **boom dei minivan**: non del tutto camper ma veicoli che rappresentano un ampliamento delle potenzialità del mezzo di trasporto privato e la sua conseguente capacità di assolvere a molteplici funzioni. **Con ricadute interessanti verso il comparto della ricettività all'aria aperta.**

Come dicevo, il **nostro turismo della mobilità è estremamente trasversale**. Non per nulla il camper e la caravan altro non sono che uno strumento che permette di declinare e dare forma ai propri sistemi di valori. E in questa sua trasversalità, **in questa capacità di incrociare temi, tendenze, passioni, risiede la sua originalità e la sua capacità innata di penetrazione in ambiti differenti e di abbattere svariati tipi di barriere architettoniche e sociali.**

La stretta vicinanza ad "altri turismi" è un indicatore significativo di sostenibilità in un contesto globale che evolve sempre più rapidamente.

Nel periodo post pandemico l'attenzione degli addetti ai lavori e non solo in materia di turismo è infatti quello dell'**overtourism**. Una problematica che dall'inizio della primavera 2023 ha acquisito un'importanza crescente. Questo fenomeno, che altro non vuol dire se non un'elevata concentrazione di visitatori in specifiche destinazioni, nel nostro paese riguarda da tempo luoghi storici e culturali (basti citare Venezia, Firenze, Roma), al punto che ormai la percezione collettiva è quella di attribuire al concetto stesso di turismo una connotazione negativa.

Ma intanto il trend è in crescita. A livello internazionale nel decennio 2010-2019

l'Organizzazione Mondiale del Turismo ha evidenziato una crescita degli arrivi turistici globali, passati da 950 milioni nel 2010 a 1,5 miliardi nel 2019, con un tasso di crescita annuo medio tra 4% e il 5%. Dopo l'inevitabile contrazione legata alla pandemia, nel 2023 il settore ha dato segni di ripresa. L'11 agosto di quest'anno si è registrato il numero record di 259.493 voli in un solo giorno, con picchi di oltre 20.000 aerei in volo simultaneamente. Un record mai visto prima.

**Mentre l'industria del turismo prosegue una fase di espansione senza precedenti crescono anche gli interrogativi sulla sostenibilità di tale crescita e sull'impatto che i flussi hanno sulle comunità locali.**

E' altrettanto vero che sovente l'overtourism non è tanto un parametro legato a una numerica oggettiva, ma – come segnala una recente indagine presentata da Federalberghi Veneto – piuttosto la derivazione di un rapporto negativo tra presenze e capacità di accoglienza (servizi, trasporti, logistica e così via).

In tanti anni di lavoro in questo settore ho raccolto infinite lamentele di camperisti che non si sentono accolti adeguatamente, in particolare nelle località dall'alto flusso turistico. Una contraddizione da sanare ripensando la logistica dei centri, grandi o piccoli che siano.

Ma ci sono anche segnali di controtendenza rispetto al turismo di massa. Una recente indagine di Enit e Touring Club sul turismo lento rivela che **l'Italia è al primo posto del turismo lento per molti mercati**. In particolare, il Regno Unito indica Italia (65%) e Spagna (33%), la Francia segnala Italia (51%) e Francia (39%) e la Germania, infine Italia (49%) e Austria (32%)".

Recentemente ho preso parte a un evento di promozione del nuovo Cammino di San Cristoforo lungo la pedemontana pordenonese (passando per Polcenigo, il mio paese, che tra l'altro ha appena inaugurato un'area camper). Non mi ha per nulla sorpreso, parlando con le tante

persone presenti, scoprire che tra loro vi erano **tanti camperisti che amano percorrere i cammini** (o tappe di cammini) **usufruendo dell'appoggio del proprio camper**. Argomento al quale proprio nel numero di novembre PleinAir dedica un servizio speciale.

L'assunto che il turismo en plein air sia sempre più trasversale rispetto ai turismi slow e outdoor trova conferma anche in indagini come la recente ricerca *Che cicloturista sei?* realizzata dalla Federazione Italiana Amici della Bicicletta e **presentata in occasione del TTG di Rimini**. Su un campione di 2500 ciclisti italiani, è emerso che il **29% dei ciclisti abituali e il 22% dei ciclisti non abituali ha soggiornato in campeggio**.

Come dire, il camperista/campeggiatore lo ritrovi qua e là come il prezzemolo ma ancora spesso e volentieri sfugge alle numeriche, soprattutto perché utilizza in percentuali importanti strutture di accoglienza non classificate come tali.

A proposito di intersezioni con gli "altri turismi", meriterebbe un'analisi più approfondita il **rapporto tra turismo all'aria aperta e turismo enogastronomico verso le destinazioni rurali**.

Un tema al quale *PleinAir* ha dedicato un ampio progetto – e una guida annuale, il supplemento AgriPleinAir che recensisce oltre 500 realtà – per favorire la crescita di approdi rurali di qualità presso le aziende agricole e agrituristiche. Interessante in Francia l'esempio del circuito France Passion, creato nel 1993, che annovera oggi oltre 2000 aziende vinicole e fattorie che aprono le porte ai visitatori in camper.

**Anche la recente (nemmeno troppo) riscoperta dei borghi dell'entroterra presenta punti di contatto significativi con i trend del turismo all'aria aperta.**

Come afferma Fiorello Primi, presidente della rete dei Borghi più Belli d'Italia fondata nel 2002 all'interno della Consulta del Turismo dell'A.N.C.I., occorre oggi più che mai fermare lo spopolamento delle aree marginali interne preservando le piccole comunità e il loro patrimonio di tradizioni e saperi, rendendole protagoniste di un processo di rigenerazione umana e sociale del sistema Paese. Passando dal binomio "borgo uguale turismo" al binomio "borgo uguale comunità".

Non sorprende che **fra le strategie per il rilancio di un turismo sostenibile nei borghi** senza impattare pesantemente sui ritmi della comunità locale ci siano, accanto alla riqualificazione del patrimonio architettonico attraverso il recupero degli immobili all'interno dei borghi, vi siano anche la **creazione di aree di sosta a ridosso dei centri storici e – ove possibile – di campeggi**, insieme alla realizzazione di ciclovie e pedovie opportunamente protette e segnalate per favorire la mobilità dolce.

Mi sembra interessante a questo punto proporre come case history una piccola analisi dal **gruppo Facebook Borghi in camper**, creato da PleinAir nel giugno 2022 e da subito accompagnato da una grande risposta da parte del pubblico (senza sponsorizzazioni o spinte particolari), con un boom di iscrizioni tra l'autunno 2022 e la primavera 2023. Ora sono presenti quasi 43mila membri annoverando sia camperiste e camperisti navigati che neofiti del settore.

Da un'analisi delle interazioni tra i membri del gruppo emergono valori quali:

- disponibilità e solidarietà verso gli altri membri
- elevata richiesta di consigli di zone da vedere o post in cui si parla dei borghi visitati, dai più noti alle chicche (il modello peer to peer in questi contesti vale più del modello b2c)

**Concludendo**, penso che per intercettare i nuovi turisti della mobilità di oggi dobbiamo avere il coraggio di modificare l'approccio e cogliere i segnali di cambiamento. Un esempio? I giovani che oggi autoallestiscono un furgone per le loro esperienze in libertà - quel fenomeno chiamato vanlife seguito con particolare attenzione dal PleinAirClub – ci dicono che il futuro è già qui.

Grazie

## INTERVENTI

## Introduzione: convegno 28/10/2023 Vicenza.

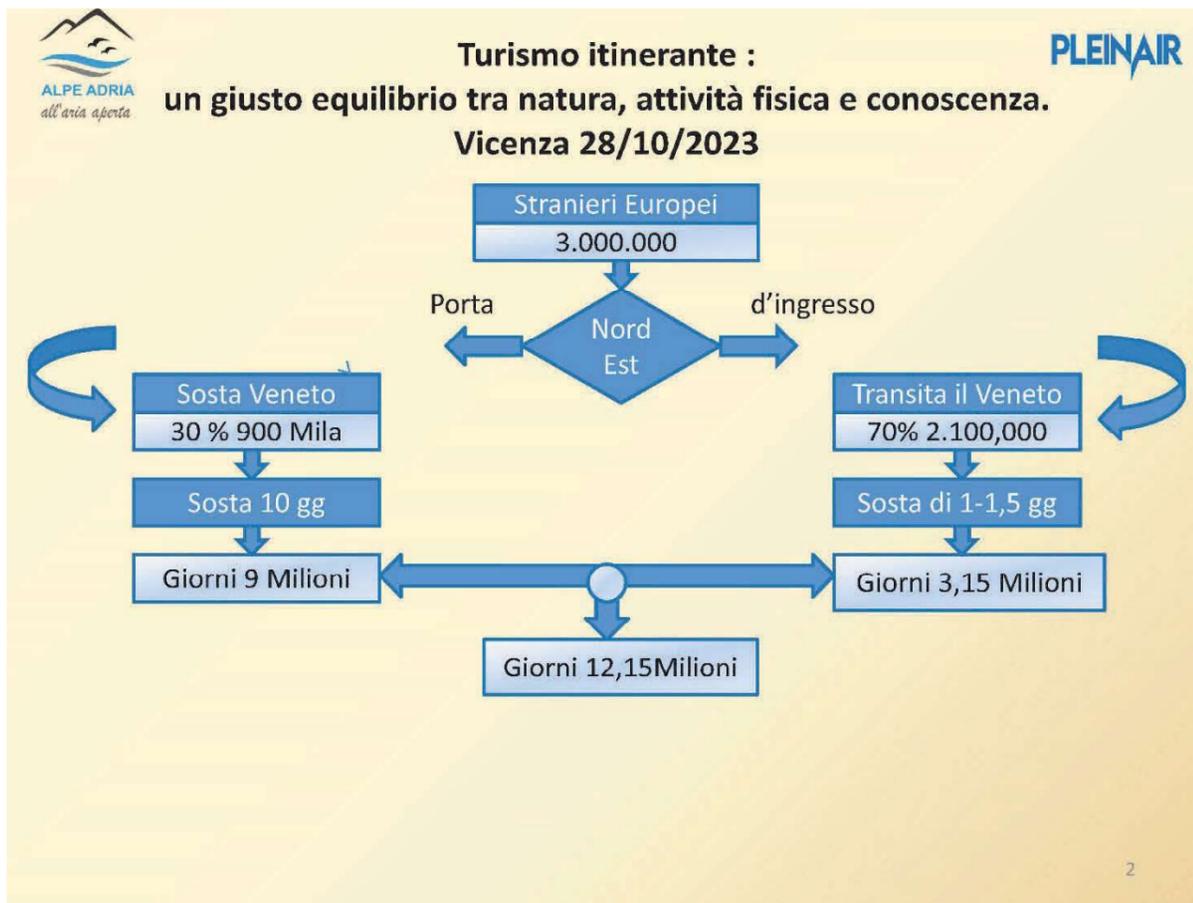
- ✓ Sono due anni che giriamo l'Italia, in presenza e virtualmente per presentare il progetto "aree camper e caravan" per il quale abbiamo ricevuto ovunque degli incoraggiamenti.
- ✓ Sono contento di essere arrivato a questo punto e per questo Vi ringrazio tutti.
- ✓ Il progetto è stato oggetto di una proposta di legge nella 18<sup>a</sup> legislatura da parte di una cordata di parlamentari capeggiata da Roger De Menech, amici del turismo all'aria aperta che preventivamente lo hanno illustrato al Ministero del Turismo, ricevendo un parere di massima positivo per la sua realizzazione, mediante i fondi del PNRR per gli obiettivi in esso contenuti di digitalizzazione, di accessibilità, di inclusione e di sviluppo socio economico del territorio, il cui costo complessivo stimato era di € 1.285.450, con forte contributo del volontariato (club APS Legge 117 del 2017 3 settore).
- ✓ Gli approdi sulle aree attrezzate si diffondono e crescono sempre di più anche in Italia come in Francia. Sono collocate: nei campeggi, nei lotti espressamente dedicati con decisione comunale di un piano urbanistico.
- ✓ La legge italiana lascia il compito di regolamentare le aree attrezzate ai comuni che li ospitano. In realtà queste, a mio parere, non vanno intese come meri punti di approdo, bensì gestite e regolamentate con metodo e cultura delle imprese.
- ✓ E' giunto il momento di classificare, regolamentare e destagionalizzare, ove possibile, le aree attrezzate caravan e camper per evitare disomogeneità strutturali e funzionali delle stesse, per i servizi interni ed esterni in linea alle aspettative del campeggiatore cliente.
- ✓ Non si tratta di scrivere delle norme in dettaglio, ma delle linee guida, sia riguardanti la collocazione urbanistica delle stesse, sia per trovare omogeneità di servizi qualitativi di sicurezza di accessibilità e assistenza interni e di promozione del territorio. Un soggetto con due mission integrate: accoglienza e promozione.
- ✓ Ritengo opportuno iniziare con una breve illustrazione statistica dei dati economici e flussi turistici a livello nazionale e del triveneto.
- ✓ Nel triveneto ci sono 1064 comuni e 345 aree attrezzate pari al 32 %, considerando che buona parte delle aree attrezzate sono poste sul litorale e sul lago di Garda l'indice di presenza delle aree camper nei rimanenti comuni si riduce notevolmente.
- ✓ E' evidente la necessità di implementare nelle città e nei borghi la realizzazione di nuove aree attrezzate in rapporto ai flussi turistici all'aria aperta e alle potenzialità socio economiche del territorio.

## Intervento di



## Ezio Paganin

Presidente Alpe Adria all'aria aperta



**Turismo itinerante : un giusto equilibrio tra natura, attività fisica e conoscenza.**  
Vicenza 28/10/2023

### Flussi turistici Veneto 2018

	ITALIANI A/P	STRANIERI A/P	TOTALI A/P
➤ ALBERGHI	4.633/11.306	8.134/21.772	12.767/33.078
➤ COMPLEMENTARI	2.027/10.778	4.378/25.328	6.405/36.106

	A%-alberghi/complementari	P%-alberghi/complementari
Belluno	4,8 - 5,9	6,0 - 5,0
Verona	22,0 - 30,6	22,1 - 27,7
Vicenza	5,2 - 1,9	4,4 - 1,5
Treviso	6,2 - 2,9	4,2 - 1,7
Venezia	47,5 - 53,8	48,3 - 58,4
Padova	13,4 - 2,4	14,1 - 2,3
Rovigo	0,9 - 2,5	0,9 - 3,4
TOTALI	100	100

**Turismo itinerante : un giusto equilibrio tra natura, attività fisica e conoscenza.**  
Vicenza 28/10/2023

- Visitatori Italia Camper ➔ 8,5 milioni
  - Italiani 4,2 milioni
  - Stranieri 4,3 milioni
  - Veneto 2,3 milioni
- Capacità di spesa ➔ 3,1 Mrd
  - Italiani 1,6 Mrd
  - Stranieri 1,5 Mrd
  - Veneto ≥ 1,0 Mio

➤ 7,2% della capacità di spesa complessiva del turismo Nazionale e 54 milioni di notti

Fonte Ciset Centro Internazionale di Studi sull'economia turistica dell'Università Cà Foscari di Venezia (anno 2018)

**PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN**

A.A. TRIVENETO	Comuni nel triveneto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 345 -Aree A. di cui:</li> <li>• 76 - FVG 70% mini aree</li> <li>• 54 - TN 65% mini aree</li> <li>• 25 - A.Adige 80% mini</li> <li>• 190 - veneto 40% grandi su litorale e su lago di Garda</li> <li>• Insufficienti rispetto i flussi e le potenzialità socio economiche del territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1064 - comuni di cui:</li> <li>• 219- FVG indice ~ 34%*</li> <li>• TN -166 indice ~ 32%*</li> <li>• A.A. 116 indice ~ 21%</li> <li>• Veneto 563 indice ~ 34%*</li> <li>• Quasi tutte le città capoluogo del triveneto non dispongono di aree camper e caravan</li> <li>• Realizzare vicino al centro storico</li> <li>• + A.A nel litorale e Garda x comune</li> </ul>

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

matrice dei processi per la classificazione e la qualifica delle aree camper e caravan



12 maggio 2023

5

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### PROMOTORI

- Associazioni di categoria di settore
- Organizzazioni pubbliche e private del settore
- Ministeri competenti del Turismo e dei Trasporti
- Regioni - comuni

### PARTNER

- Organizzazioni pubbliche e private, operatori e finanziatori – C.I.C. Aps
- Ministeri competenti interessati al quadro normativo e investimenti
- Finanziano in progetto

12/05/2023

7

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### SCOPO

- Classificare, normare, implementare le A.A.
- Attese campeggiatore
- Qualificare le A.A.
  - Qualità e benessere
  - Sicurezza: sito e persona
  - Ambiente: equilibrio e rispetto
  - Accessibilità e inclusione

### OBIETTIVI

- Rilevare A.A. (accessi)
- Entità investimenti
- Quadro normativo
- Marchio di qualità- ISO
- Messa in rete A.A.(web)
- Audit di parte terza
- Aggiornare d.b./app

12/05/2023

6

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

Censimento → rilevazione con tablet e app (2 questionari)

Formazione rilevatori → volontari delle Federazioni, Club, partner, altri

Pianificazioni visite per regioni → Proget Manager (Task Force)

rilevazioni dati :

→ responsabilità: titolare - gestore

→ dimensione: n° stalli, caratteristiche tecniche e funzionali, classificazione

→ servizi: sicurezza, qualità, ambiente, benessere, accessibilità, visite territorio

→ investimenti per lo sviluppo, potenziamento esistente e nuove aree

→ flussi stagionali → destagionalizzazione → marketing territoriale

12/05/2023

8

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### INVESTIMENTI

- Investimenti per potenziare gli impianti esistenti
- Investimenti per nuovi impianti (sindaci, privati)
- Piano investimenti:
  - Comunale - Provinciale
  - Regionale – Nazionale

### QUADRO NORMATIVO

- Raccolta regolamenti leggi: Italia – Europa
- Comparazione: linee guida armonizzate
- Elaborazione quadro normativo
- PAT-PRGC ubicazione

12/05/2023

9

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### FORMAZIONE CONTINUA

- Info e formazione a distanza a gestori e coordinatori A.A.
- Info e formazione a distanza agli ispettori
- Info e formazione a distanza agli addetti p.i.

### MIGLIORAMENTO C.

- Qualifica ispettori v.i. da organismi nazionali
- Ispettori: volontari locali dei club e federazioni
- V.I. per rinnovo marchio
- Report: gestori x ac/ap

12/05/2023

12

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### Data base e app su web

- App ➡ di rilevazione
- Sito web:mappa, info
- Regole per la gestione degli aggiornamenti:
  - Promotori - Partner
  - Club – Federazioni
  - Utilizzatori del servizio

### Marchio Q. COLLETTIVO

- Regolamento- finalità
- Concessione marchio
- Correlazione con la Classificazione e qualifica delle A.A.
- Sorveglianza
- Tutela del marchio- iso
- Gestione controversie

12/05/2023

10

## PROGETTO AREE CAMPER- CARAVAN

### QUALIFICA A.A.

- Ai richiedenti del marchio viene fornito:
  - regolamento ISO 21401
  - Quadro normativo
  - Formazione su uso
- Gestori aree attrezzate, agenzie di viaggio, guide turistiche, altri

### PUNTI INFORMATIVI

- Sportelli regionali con hardware - sito
- Le federazioni, club, campeggiatori forniscono info su rete aree attrezzate e altro
- partecipano i rilevatori

12/05/2023

11

## Intervento di



## Igor Treleani

Consigliere regionale Friuli Venezia Giulia

Un piacere ed un onore portare il saluto dell'Amministrazione regionale del Friuli Venezia Giulia a questa iniziativa che rappresenta un importante momento di riflessione su come il turismo, in particolare quello itinerante, debba essere gestito sul nostro territorio. Il Nord Est ed anche il Friuli Venezia Giulia in questi anni hanno registrato una enorme crescita dal punto di vista turistico ed in particolare di quello itinerante e di quello legato al ciclismo. Per questo motivo, ed io mi farò sicuramente portavoce in FVG, le istituzioni dovranno pianificare i giusti investimenti infrastrutturali, e realizzarli velocemente, atti ad attirare ed accogliere i flussi turistici che attraversano i nostri territori. Aree camper, piste ciclabili, segnaletiche e molto altro sono solo alcuni degli interventi sempre più necessari e sui quali anche noi della Regione FVG daremo riscontro. Un augurio di buon lavoro consapevole che ancora molto su questo settore possiamo e dobbiamo fare.

Igor Treleani Consigliere Regionale Friuli Venezia Giulia

## Intervento di



### Ludovica Sanpaolesi

Direttore Generale APC (associazione produttori Caravan e camper)



## TURISMO ITINERANTE: OPPORTUNITA' DI SVILUPPO ECONOMICO PER I TERRITORI

Vicenza, 28 ottobre 2023 - Ci soffermiamo principalmente sulle opportunità che il turismo in camper e caravan offre ai territori. Alcuni numeri ci fanno capire meglio il potenziale di questo tipo di turismo (che non è antitetico ad altri tipi di turismo, bensì complementare): il parco circolante europeo è composto da oltre 6.150.000 veicoli ricreazionali (camper e caravan). Si stima che i turisti itineranti in Europa siano oltre 20.000.000. Una ricerca del Dwif (Istituto di Ricerca per il Turismo, Monaco di Baviera) ha calcolato in quasi 24 miliardi di euro, la spesa turistica di chi viaggia in caravan e camper (esclusa quindi la spesa per l'acquisto del veicolo). Per fare un esempio più concreto, un sondaggio della rivista tedesca promobil (ricordiamo che la Germania è il primo mercato per i veicoli ricreazionali) indica che la spesa media settimanale di un equipaggio di due persone in camper è di € 1.060. Non parliamo, dunque di un turismo povero, né di numeri trascurabili. Al contrario. E – soprattutto – parliamo di un trend in crescita e non di una moda passeggera.

La posizione geografica del Triveneto e del Nord Italia più in generale è ideale per poter cogliere l'occasione di invitare turisti itineranti non solo italiani, ma anche da Oltralpe, a fermarsi su questo territorio e goderne delle bellezze. E mi sembra che lo spirito di questo convegno vada proprio in questa direzione.

Sono poi da considerare gli aspetti qualitativi del turismo itinerante: Spesso si associa il termine „turismo“ al concetto di „vacanza“. Ma il turismo itinerante (specialmente quello in camper) – proprio per la sua vocazione alla libertà e all'indipendenza – va ben oltre la vacanza ed è facilmente e più correttamente associabile al concetto di „tempo libero“. Infatti, oggi assistiamo ad un fenomeno di „parcellizzazione“ del concetto di vacanza, quasi una „vacanza diffusa“, ovvero i fine settimana, i ponti, le festività, ecc. Tutte occasioni ideali per trascorrere il proprio tempo libero alla scoperta di nuovi territori, culture diverse ed assaggiando cibi tipici: le nuove forme di turismo esperienziale trovano nel camper uno strumento ideale. Oltre al fatto che ci possiamo portare senza alcun problema i nostri amici a quattro zampe.

Gli elementi più strategici a favore del turismo in camper sono tre: a) la valorizzazione delle mete turistiche cosiddette minori, b) la destagionalizzazione, ovvero il turismo in camper può durare tutto l'anno, favorendo così in modo costante l'economia di un territorio; c) la promozione delle aziende artigiane e familiari che producono eccellenze nel territorio. Proprio perché parliamo di turismo esperienziale, sottolineiamo che i camperisti amano portarsi a casa le prelibatezze (anche liquide!) dei territori visitati per condividerle con gli amici e raccontare le storie vissute.

Quali sono i vincoli? Ce n'è uno solo. I camperisti vanno dove sanno di trovare un approdo sicuro, quindi – generalmente – o un'area di sosta o un campeggio. Se un territorio non è dotato di un'area di sosta o di un

campeggio (se aperto tutto l'anno), difficilmente potrà beneficiare dell'apporto economico dei turisti itineranti.

E c'è una buona notizia. Anzi due. La prima è che fare un'area di sosta camper è un investimento importante ma non irrealizzabile, ovvero i costi possono non essere proibitivi. Inoltre un'area di sosta camper non cementifica ed è eco-sostenibile, grazie a pannelli voltaici, luci a led, piantumazione.

La seconda buona notizia è che martedì scorso è stato approvato dalla Camera un DL – grazie all'istituzione di un apposito fondo da parte del Ministero del Turismo - che stanziava 32.870.000 Euro da destinare alla creazione di aree di sosta turistica. Se questo DL passerà anche al Senato, il Ministero lancerà un bando per la presentazione dei progetti. Incrociamo le dita. Grazie.

Per maggiori informazioni: Ludovica Sanpaolesi – Direttore Generale APC – Cell. 346 7288058 [ludovica.sanpaolesi@apcitalia.com](mailto:ludovica.sanpaolesi@apcitalia.com) –  
APC – Associazione Produttori Caravan e Camper  
Centro Direzionale Campomaggio, 16 – Loc. Drove – 53036 Poggibonsi SI

## Intervento di



### ESTER BORDIN

Presidente ASSOCAMP

Buongiorno a tutti e grazie per l'invito fatto ad Assocamp.

condivido molte delle cose che sono state dette e voglio incominciare da un dato:

Dal 2020 ad oggi in Europa sono stati immatricolati più di 873.000 veicoli tra caravan e camper; solo nella vicina Svizzera nel 2022 sono stati immatricolati 8.940 veicoli e ben 90.985 in Germania e questi sono solo alcuni dei numeri del mercato.

La cifra minima per l'acquisto di un camper parte da 60.000 euro e può raggiungere anche 200/300.mila euro e più. Per una caravan invece si parte dai 19.000 euro fino anche ai 35/40.000 per cui pensare che questo sia un turismo povero, come considerano certi comuni è semplicemente assurdo e fuori luogo bensì stiamo parlando di un turista alto spendente.

In Italia ci sono stati circa 8 milioni di turisti tra stranieri e italiani che hanno scelto di visitare il nostro paese con la caravan o il camper e rappresentano circa 8% dei turisti in arrivo in Italia. Essendo quindi l'Italia una delle mete più ricercate e più desiderate dobbiamo pensare a come accogliere al meglio questi turisti perché il turismo itinerante in camper è meno legato alla stagionalità e si muove tutto l'anno.

Dobbiamo cambiare modo di pensare e di fare perché non possiamo rischiare che l'Italia diventi solo una "terra di passaggio" verso altre mete tipo Spagna, Portogallo, Grecia, Marocco etc., etc.

Dobbiamo sfruttare appieno tutte le opportunità che la nostra bella Italia ha come clima, cucina, moda,

bellissime città d'arte, borghi unici, porti, città di mare o di montagna etc etc.

Assocamp, l'associazione che io oggi qui rappresento, raggruppa il 90% dei Concessionari e dei Noleggiatori Ufficiali esistenti in Italia. Quando vendiamo o nolegiamo un camper il cliente ci chiede consigli su dove andare, quale città, borgo o regione visitare e dove potersi fermare per sostare in tranquillità.

Noi di prassi, non consigliamo mai la sosta libera ma indirizziamo i clienti verso campeggi o aree di sosta soprattutto per i neofiti però ci troviamo nell'imbarazzante situazione di non poterlo fare nei periodi di bassa stagione.

Abbiamo avuto un ottobre fantastico ma oltre alla carenza di aree di sosta si è aggiunto il problema dei campeggi chiusi per lo più da metà / fine settembre se poi aggiungiamo i problemi che nascono quando a dicembre ci sono i mercatini di Natale e le vacanze natalizie ci rendiamo conto di quali disagi sopportino questi turisti in quanto anche i social sono inondati di lamentele per punti sosta non trovati e multe prese.

Consultando ad esempio una delle guide più conosciute ed usate in Europa e qui in Italia, ovvero la guida ACSI 2023, abbiamo verificato e potuto constatare queste carenze ...magari non sono aggiornate e non ci sono tutti i campeggi? Lo speriamo di cuore ovviamente e speriamo di essere smentiti. Non parliamo poi del sud dove la situazione è ancora peggiore.

Solo la settimana scorsa in Puglia c'erano 29 gradi ma su 43 campeggi solo 5 erano aperti.

Un po' meglio va in Sicilia dove di 48 campeggi circa 15 sono aperti

Sappiamo bene che ci sono problemi burocratici e di tassazione ma per essere competitivi con i paesi nostri vicini dobbiamo cercare di risolverli, e mi pare che il ministro Santanchè fosse molto d'accordo su questo.

Abbiamo bisogno anche solo di parte dei campeggi aperti e che non vi siano limitazioni di giorni nella sosta, o magari di convenzioni come adottano alcuni alberghi che in bassa stagione hanno prezzi molto più

competitivi e accessibili a tutti.

Abbiamo bisogno di aree di sosta aperte, custodite, controllate e classificate: per ora ne abbiamo forse circa 2000 /2200 ma con poche piazzole e nemmeno tutte verificate. Queste aree di sosta non devono sostituire i campeggi ma devono essere complementari a questi, avere dei tempi massimi di sosta in modo da permettere un turnover perché la maggior parte dei camperisti sono itineranti e vogliono potersi spostare di frequente visitando luoghi anche meno gettonati dal turismo tradizionale. Sarebbe importante come già si era pensato con il ministro Garavaglia avere una classificazione di queste aree in base ai servizi che offrono. Non vogliamo aree di sosta gratuite e abbandonate a sé stesse ma aree gestite, controllate e con i servizi essenziali e ad un prezzo giusto.

Tutto ciò porterebbe anche un aumento dell'occupazione e ad una maggiore redditività dei paesi che potrebbero vivere di turismo molto più a lungo... in poche parole destagionalizzazione.

Nelle riunioni avute a Roma con il Ministro del Turismo Daniela Santanchè e nella successiva a Parma avevamo avuto da subito l'impressione che ci fosse finalmente un'apertura in questa direzione e dopo l'ultima comunicazione del Ministero del 25/10/2023 ne abbiamo la certezza e speriamo vivamente che questa sia la volta buona.

Assocamp è disponibile a partecipare a qualsiasi tavolo di lavoro che renda il nostro comparto italiano sempre più competitivo e coeso affinché assieme, si possa giungere ai migliori risultati possibili.

## Intervento di



**Alberto Granzotto**

Presidente FAITA, Nord Est e nazionale di Federcamping



## CHI SIAMO

**Faita FederCamping è la Federazione Nazionale delle Associazioni regionali dei Complessi Turistico Ricettivi dell'Aria Aperta.**

**Faita Nordest è la maggiore delle associazioni territoriali di Faita FederCamping e rappresenta, in termini di posti letto e superficie occupata, l'85% dell'offerta open air del Veneto e Friuli Venezia Giulia.**

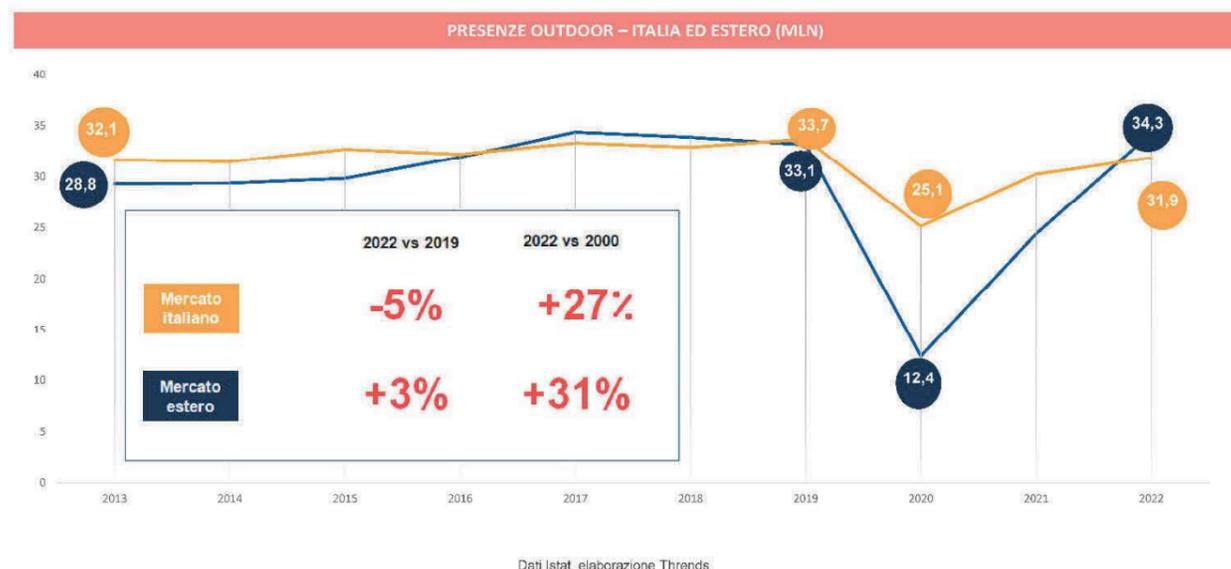


## PRINCIPALI ATTIVITÀ DELL'ASSOCIAZIONE

- Valorizzazione del comparto attraverso l'accrescimento della cultura d'impresa e la qualificazione del management aziendale
- Promozione di iniziative e attività rivolte agli operatori, quali la formazione professionale e l'ausilio all'adeguamento ed al miglioramento delle dotazioni strutturali
- Attività di lobbying, di rappresentanza e di partenariato.



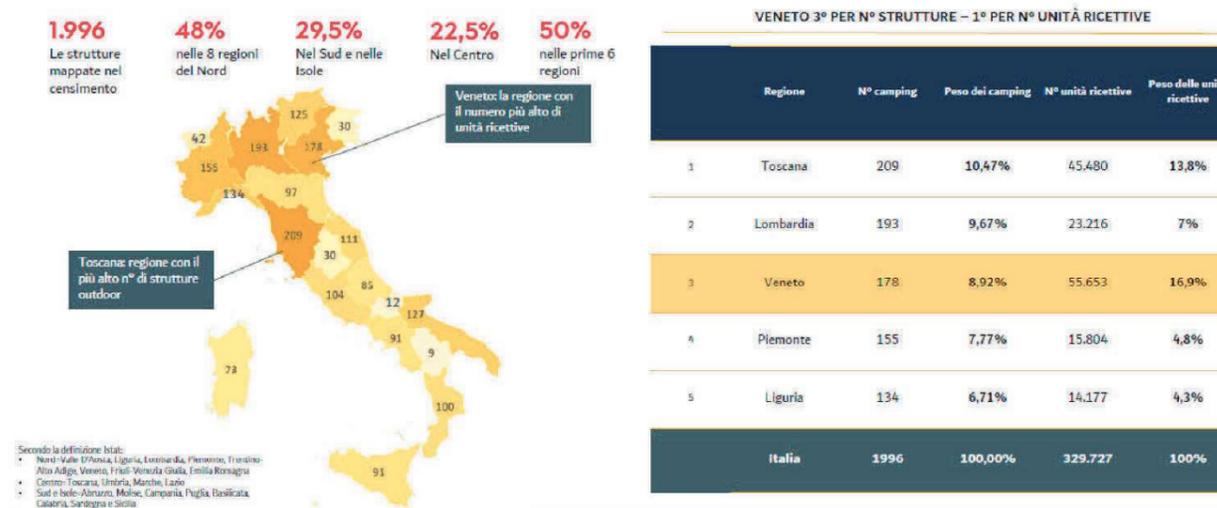
## Sorpasso Mercato Estero



## Italia – Evoluzione del settore open-air



## Il censimento FAITA – una prima volta del settore



METRI QUADRI MEDI DI UNA STRUTTURA OPEN AIR IN BASE AL SUO NUMERO DI STELLE

STELLE	SUPERFICIE MEDIA
5	186.763 mq
4	84.612 mq
3	41.951 mq
2	21.967 mq
1	20.051 mq

TOP 10 REGIONI PER SUPERFICIE MEDIA OCCUPATA DA UNA STRUTTURA OPEN AIR, E POSTI LETTO PER 1.000 MQ

#	Regione	Media Superficie (mq)	Posti letto per 1000 mq
1	Friuli-Venezia Giulia	89.214	12,5
2	Veneto	81.349	19,5
3	Sardegna	65.647	12,3
4	Umbria	61.144	6,7
5	Lazio	57.526	14,2
6	Toscana	54.978	15,8
7	Puglia	52.882	12,4
8	Emilia-Romagna	50.036	21,6
9	Basilicata	41.611	15,0
10	Calabria	33.400	18,4
<b>Totale complessivo</b>		<b>40.385</b>	<b>16,7</b>

Qual è la dimensione media di una struttura open air?

**4 ha**

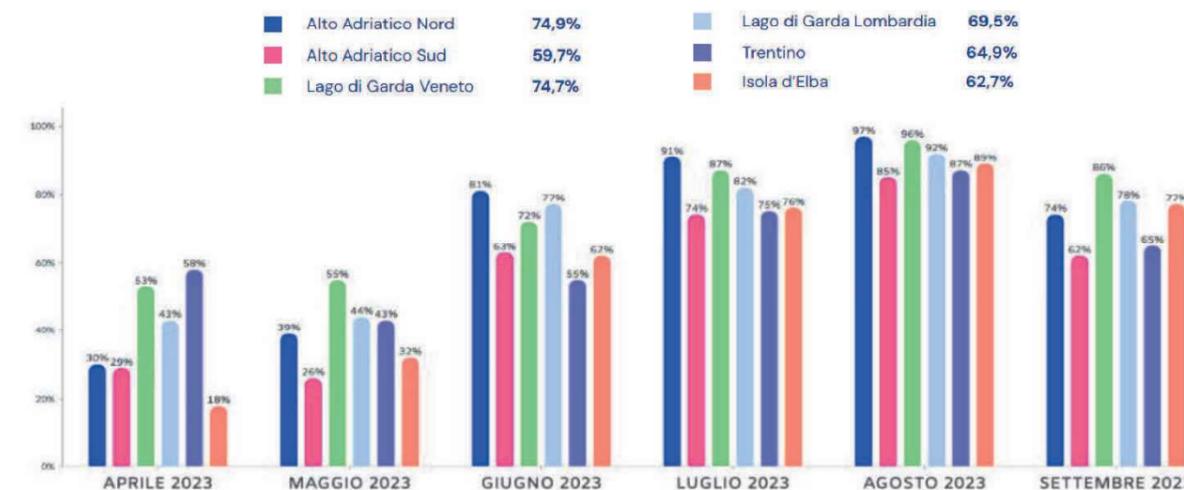
La superficie media di un camping in Italia

<b>140</b> Numero medio di piazzole	<b>19</b> Numero medio di bungalow/appartamenti
<b>24</b> Numero medio di mobile home	<b>3</b> Numero medio di unità glamping ed altre



Occupazione consolidata totale

FAITA, Occupazione per singola zona



Fonte: Dati H-Benchmark

hbenchmark.com

MOVIMENTO TURISTICO 2022 OPEN AIR VENETO E FVG

VENETO

Anno	PRESENZE CAMPEGGI E VILL. TURISTICI		Totale	Diff. % su Anno Prec.	Totale	Diff. % su Anno Prec.
	Italiani	Stranieri				
2019	3.965.368	14.475.057	18.440.425	-0,94	71.236.629	-2,90
2020	3.745.994	5.579.549	9.325.543	-49,43	32.491.950	-54,39
2021	4.434.638	11.221.379	15.656.017	67,88	50.637.853	55,85
2022	3.975.276	15.129.228	19.104.504	22,03	65.920.506	30,18

FRIULI VENEZIA GIULIA

Anno	PRESENZE CAMPEGGI E VILL. TURISTICI		Totale	Diff. % su Anno Prec.	Totale	Diff. % su Anno Prec.
	Italiani	Stranieri				
2019	404.445	1.205.189	1.609.634	1,52	9.097.935	0,77
2020	375.624	387.608	763.232	-52,58	4.784.283	-47,41
2021	476.215	859.076	1.335.291	74,95	7.320.454	53,01
2022	413.412	1.235.927	1.649.339	23,52	9.412.676	28,58

Fonte: Dati Istat



IL MONDO DEL CAMPER



«Un settore che vale qualche miliardo di euro»



Trazione:

da 20.000 a 100.000+ €

Letto:

Max.  da 250 cm

Altezza Max.  da 200 a 400 cm

Maxi living  Tetto a soffietto

2022 - Ordini per 3,5 mld



## ALCUNI DATI ADAC

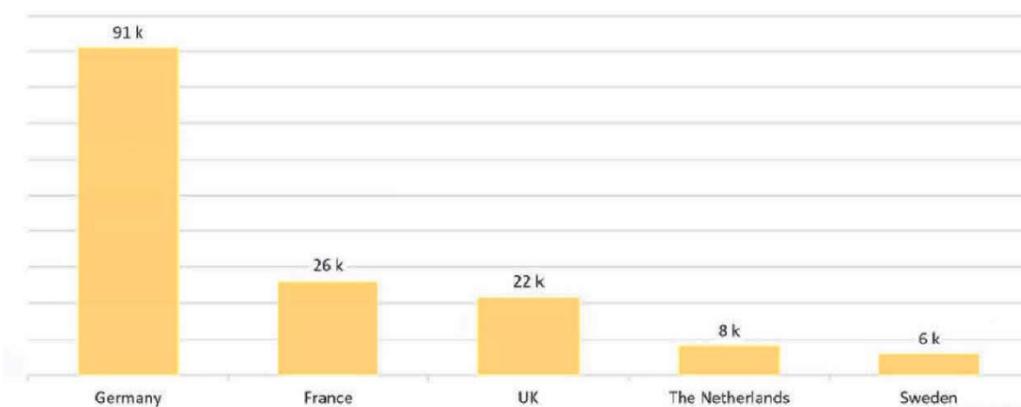
### Nuove immatricolazioni di caravan e camper registrati in Germania



Fonte: ADAC Camping, CIVD



### Nuove immatricolazioni di caravan e camper registrati in Europa

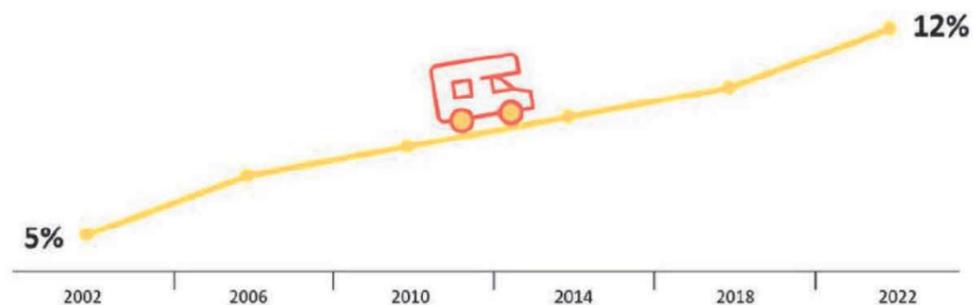


Fonte: ADAC Camping, ECF



Non ci sono altri paesi in cui le immatricolazioni crescono come in Germania

### Interesse dei turisti tedeschi nel prodotto campeggio

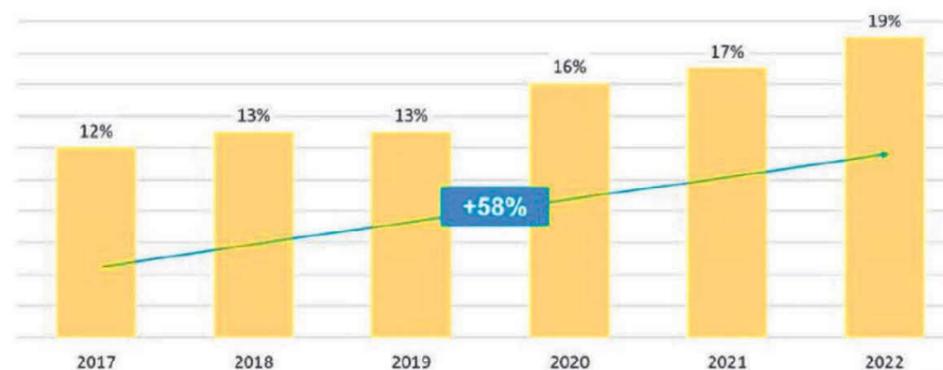


Fonte: ADAC Camping



L'interesse per una vacanza in campeggio è raddoppiata negli ultimi 10 anni

### Disponibilità a spendere di più per un'offerta di maggiore qualità



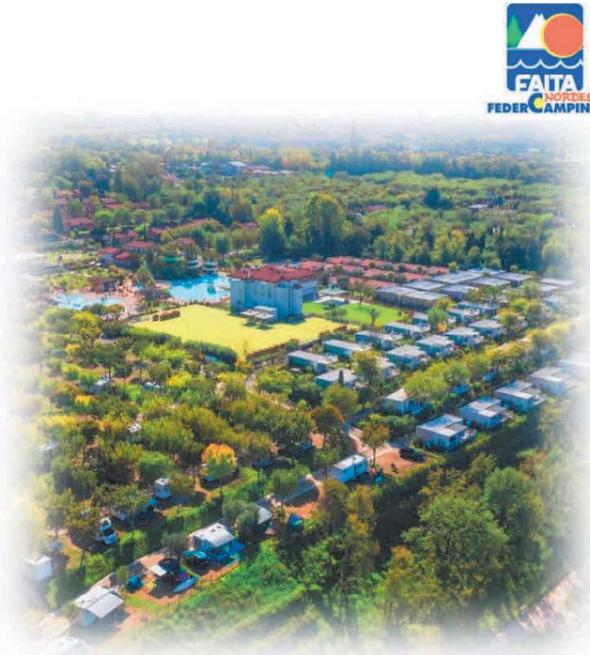
Fonte: ADAC Camping, Reiseanalyse 2017-2023



Incremento del 58% in 5 anni: sempre più turisti tedeschi ricercano il lusso in vacanza



Oggi la **qualità** è l'elemento che sta alla base dell'offerta delle strutture open air, declinata sia nelle soluzioni di alloggio che nei servizi e dotazioni messi a disposizione dell'ospite.



## IL TURISMO ITINERANTE



Il **prodotto piazzola** rappresenta il **63%** delle unità complessive presenti nei campeggi del **Veneto** e il **66%** in quelli del **FVG**. Negli anni vi è stato un aumento crescente della superficie delle singole piazzole a favore di un **incremento del comfort**. La legge del Veneto, per esempio, premia la minor densità ricettiva (mq/persone ospitabili) delle strutture.



## IGIENE E PULIZIA AL CENTRO



Nella valutazione delle strutture ricettive all'aperto, l'**ADAC** attribuisce alla voce "**servizi igienici**" la maggiore influenza nella classificazione finale, vale a dire il **39% del punteggio totale**. Sia la quantità che la qualità dei servizi igienici giocano un ruolo significativo.





**Piazzole dotate di servizi igienici riservati al singolo equipaggio**



## TIPOLOGIE DI ALLOGGIO PER TUTTE LE ESIGENZE



NASCE IL BISOGNO DI PROPORRE AD UNA CLIENTELA SEMPRE PIÙ ESIGENTE ED ATTENTA ALLA SOSTENIBILITÀ SOLUZIONI DI SOGGIORNO INNOVATIVE, DOVE COMFORT E DESIGN SI CONIUGANO CON ATTENZIONE E RISPETTO PER L'AMBIENTE

*Il Glamping, fusione del concetto di glamour nel mondo del camping, non dovrà però riguardare solo le unità abitative, ma l'intera filosofia del «vivere la vacanza»*



## LA SOSTENIBILITÀ COME VALORE DELL'OFFERTA



## INTERAZIONE CON IL TERRITORIO



## GLI INVESTIMENTI COME FATTORE COMPETITIVO DI CRESCITA



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su datamart Interno ISID

GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE

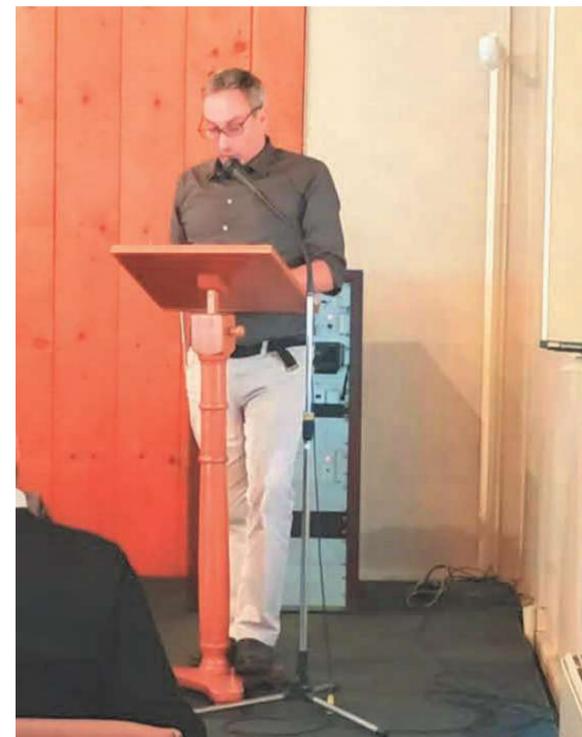


## OPPORTUNITÀ DI CRESCITA DEL SETTORE



## TESTIMONIANZE

### Intervento di



### Nunzio Pocchiesa

Presidenza Regola di Padola

Sono il presidente o, come si dice in ladino, il Marigo della Regola di Padola. Vengo dall'ultimo lembo della provincia di Belluno, in Comelico, tra due regioni a statuto speciale e l'Austria, fino al 1915 eravamo l'ultimo paese del regno d'Italia, noi siamo ladini.

Due parole per farvi comprendere cosa è una Regola e l'importanza che da sempre ha avuto per la conservazione del territorio in montagna e delle genti che qui vivono.

L'origine delle Regole, che nel dodicesimo secolo appaiono già compiutamente organizzate, si perde nel tempo ma va fatta risalire ad un fenomeno di apprensione originaria del dominio di determinati beni naturali specialmente boschi, prati e pascoli da parte di una comunità per i suoi usi vitali, interessati a mantenere stabilmente questi beni vitali a disposizione di un gruppo di famiglie ivi stanziate, come patrimonio comune, indivisibile e inalienabile, vincolato nella destinazione e nelle modalità di utilizzazione a norme e usi locali per l'equilibrio uomo-famiglia-comunità-ambiente, di collettività in larga parte autosufficiente, regolate in base a principi che oggi chiameremmo di autonomia, di solidarietà e di democrazia diretta.

Questa comunità di famiglie partecipanti detti "Fuochi", ossia aventi diritto sui beni comuni, e la cui gestione era affidata alle deliberazioni assunte dai Capi Famiglia riuniti in assemblea, nonché ogni decisione conseguente su l'uso dei proventi, a beneficio dei singoli aventi diritto per opere o interventi di interesse generale. Queste comunioni famigliari proprietarie in modo indivisibile delle principali risorse di un territorio, dotate di specifici organi preposti al governo della comunità, con criteri di funzionamento basati sui canoni della mutualità, del lavoro in comune e della rappresentanza diretta dei rappresentanti dei fuochi alle deliberazioni più

importanti, inoltre con un' acquisizione dei diritti di appartenenza per vincolo agnatzio, ossia per discendenza degli antichi originari.

Con questa fisionomia è evidente come la Regola abbia rappresentato un fondamentale punto di riferimento per la conservazione delle risorse produttive e per l'assetto socio-economico della popolazione, a maggior ragione fino a quando è perdurato lo stretto rapporto tra la natura dei beni comuni e le attività lavorative proprie di un'attività curtense, imperniata essenzialmente sull'agricoltura e la pastorizia.

Nonostante la trasformazione del sistema economico, la forte tradizione regoliera è riuscita a mantenere vivo il senso delle antiche istituzioni di villaggio e il loro esemplare spirito di coesione, di socialità e cooperazione. Ma in una prospettiva volta ad assicurare, da un lato, una sostanziale continuità ai caratteri tradizionali della regola, c'è necessario adeguamento e la modernizzazione della loro funzione.

Quindi oltre alla conservazione delle risorse ambientali, alla permanenza della popolazione in montagna e il sostegno alla cultura locale è indispensabile rinnovare e modernizzare le forme di intervento per sostenere lo sviluppo del territorio sia con realizzazioni dirette di opere per l'economia locale, sia con incentivi per le iniziative dei singoli regolieri.

La Regola di Padola che ho l'onore di rappresentare, da sempre ha contribuito direttamente sia nella ricostruzione del paese dopo l'incendio del 1845 con un piano regolatore redatto dall'Ingegnere Segusini, nella manutenzione dei fabbricati civili e rurali, nella costruzione della scuola, della chiesa e del campanile e di acquedotti e fognature.

Da sempre siamo stati vicini allo sviluppo turistico e sportivo.

Negli anni ottanta abbiamo rilevato gli impianti sciistici e il terreno che una società esterna voleva utilizzare per farne un villaggio turistico alle porte del paese. Da due skilift da rottamare abbiamo contribuito al rinnovamento dell'area sciistica e adesso si parla di un collegamento di seggiovie con l'Alto Adige, che porterà non solo attrattiva turistica ma posti di lavoro indispensabili per evitare lo spopolamento del Comelico.

Adesso da una vecchia cava che è servita per ricostruire il paese, dove si prelevava il materiale per costruire strade e da decenni in disuso, con i proventi dei tagli straordinari dei nostri boschi mutilati da Vaia, dagli schianti della neve e ultimamente dal bostrico, boschi che i nostri avi hanno conservato per secoli, è stata costruita la nuova Area camper completamente automatizzata, con trentotto posti, con carico e scarico dell'acqua e ricarica elettrica.

Non sono mancati gli imprevisti che hanno ritardato l'apertura e mi scuso con i tanti che in estate si sono trovati spiazzati. Vogliamo dare un servizio ai tanti camperisti italiani e stranieri che da sempre visitano le nostre zone e non avevano un'area adeguata alle loro esigenze, vogliamo anche dare la possibilità economica ai giovani del nostro paese per rimanere dove sono nati.

Questo è solo l'inizio, perché quest'area potrà essere ampliata e dotata di uno stabile di settecento metri cubi, così voi camperisti potrete conoscere le nostre zone, dove le Dolomiti sono un patrimonio dell'Unesco. Il Popera, il Passo della Sentinella, la Croda Rossa e la Cresta di confine che sono state teatro della grande guerra, adesso sono montagne da vivere a piedi

o in bike, abbiamo una "Stua" che è una diga artificiale che risale al 1500 e rendeva possibile la fluitazione del legname ed è l'unica rimasta in Europa.

In conclusione, visto il ruolo sociale che la Regola ha sempre avuto nei secoli e la necessità di adeguarsi ai bisogni odierni, considerato che i boschi e la pastorizia ricoprono un ruolo marginale, si è visto con interesse un progetto turistico ambientalmente sostenibile che garantisca visibilità al nostro territorio e lavoro alle nostre genti come è sempre stato l'obiettivo dei nostri avi.

Vi ringrazio e mi auguro di vedervi numerosi in Comelico e a Padola.

## Intervento di



### Gianantonio Palezza

Presidente Campeggio Club Udine APS

Buongiorno a tutti,

sono Palezza Gianantonio Presidente del Campeggio Club Udine APS, un associazione che dal 1971 (52 anni) opera in Friuli VG, socio fondatore e segretario di ALPE ADRIA ALL'ARIA APERTA

Il Campeggio Club Udine APS oltre a svolgere le tradizionali attività rivolte ai propri soci, quali, l'organizzazione di eventi, viaggi, raduni, si occupa, in base allo statuto di associazione APS (Associazione a Promozione Sociale) in conformità alla legge 117/2017 anche di attività sociali.

Oltre alla raccolta di fondi per fornire un aiuto economico alle associazioni che si occupano della ricerca sanitaria od assistenza, a fronte di un accordo stipulato anni fa con l'Associazione Friulana Donatori di Sangue (AFDS), promoviamo il dono del sangue nell'ambito dei nostri viaggi con uno striscione congiunto con lo slogan "ITINERANDO DONIAMO". E' stato predisposto anche un adesivo da applicare sui nostri mezzi con analogo messaggio. A richiesta, partecipiamo con un nostro camper con attività di assistenza, alle uscite dell'autoemoteca in occasione delle donazioni fatte nelle piazze dei paesi.

Invito i club presenti a favorire queste iniziative contattando le associazioni donatori di sangue locali.

### "ALPE ADRIA all'Aria Aperta"

Ricordo che 10 anni fa 3 club del triveneto avevano deciso di collaborare, stipulando un accordo con lettera d'intenti, per sviluppare il turismo itinerante in quest'area: si chiamavano "Camperisti del Triveneto".

Ora quell'idea si è concretizzata in "ALPE ADRIA all'Aria Aperta"

Vi invito a soffermarvi sul logo: Alpe (la montagna) Adria (il mare) e aria aperta i gabbiani che volano

Alpe Adria all'aria aperta si prefigge di promuovere, coordinare e tutelare l'attività campeggistica, il turismo itinerante e sociale, l'associazionismo ricreativo e culturale fra quanti esercitano il turismo all'aria aperta e intende garantire ai propri Club affiliati una serie di vantaggi e promozioni.

Una collaborazione è stata attivata con la società **Top Camping Croazia** tramite il direttore esecutivo sig. **Jerko Sladolijev**.

Ricordo inoltre la collaborazione con PleinAir Club per fornire ai club a noi affiliati tutte le agevolazioni previste da tale società.

Le iniziative future ci porteranno a organizzare convegni anche in altre regioni, la partecipazione alle fiere di settore del Triveneto e Parma, l'organizzazione di raduni ed altro.

Grazie per l'attenzione



**Annalisa Di Leonardo**

Presidente Parco delle Prealpi Giulie

## Contributo storico, culturale ed economico del turismo itinerante del Triveneto.

Il Friuli Venezia Giulia è un territorio vasto, che va dai monti fino al mare e che al suo interno presenta una notevole varietà di ambienti, tradizioni e cultura e storicamente è da sempre crocevia di passaggio da e per tutta l'Europa dell'est. L'area montana, che oggi qui rappresento, è anch'essa realtà ricca non solo di storia e di cultura ma anche di biodiversità.

Il nostro comprensorio montano è frequentato da turisti durante tutto l'anno anche se il maggior afflusso lo si registra nel periodo estivo. Pian piano stiamo assistendo ad uno sviluppo turistico che, anche se lento, sta facendo fiorire una serie di piccole aziende agricole ed agrituristiche che fanno riscoprire ai turisti e non solo, alcuni prodotti locali di nicchia quali piccole coltivazioni di frutti ed ortaggi, spesso poi trasformati in salse, salumi, prodotti di latte vaccino e caprino freschi e stagionati, dolci della tradizione e miele.

Il nostro è un turismo lento, fatto da visitatori pendolari o da turisti che stanziano in loco per un massimo di tre /quattro giorni e che scelgono la montagna per la bellezza dei panorami e per la vasta gamma di attività outdoor che si possono praticare.

La nostra Regione è attraversata dalla ciclovia "Alpe Adria", il cui percorso, che si sviluppa sul vecchio sedime ferroviario della linea "Pontebbana", passa anche nei comuni che fanno parte del Parco e della Riserva di Biosfera MaB Unesco Alpi Giulie. La ciclovia è molto frequentata da decine di migliaia di ciclisti nel periodo estivo ed è stata fondamentale per la ripresa del turismo nei nostri territori, ma gli amanti delle due ruote frequentano il nostro comprensorio anche per i diversi percorsi e sentieri di montagna che si prestano ad essere affrontati anche in mountain bike.

Lungo il percorso della ciclovia si sono sviluppate diverse attività economiche che vanno dall'accoglienza, alla ristorazione, al noleggio di bike ed e-bike ed è stata attivata anche tutta una serie di servizi dedicati al turismo ed alle attività outdoor.

Un'altra forma di turismo è quella legata al trekking ed ai percorsi a piedi che attraversano la nostra regione tra cui possiamo ricordare:

- il **Cammino Celeste**, che fa parte della rete Cammini d'Italia ed unisce prevalentemente luoghi di antica devozione mariana di Italia, Austria e Slovenia. Il percorso Italiano parte da Aquileia, sede di un patriarcato dalla storia millenaria, passa poi per Castelmonte ed arriva infine al Santuario del Monte Lussari nel cuore delle Alpi Giulie;
- la **Via del Tagliamento**, dove i frequentatori camminano sul greto del fiume Fella fino a raggiungere il Tagliamento per poi proseguire sul greto dello stesso fino ad arrivare alla sua foce tra Lignano e Bibione. La Via del Tagliamento è la parte friulana di una tra le più importanti e antiche vie europee di pellegrinaggio, quella dell'Alemagna, che porta a Gerusalemme e che ad oggi viene percorsa a piedi da un numero sempre maggiore di persone;
- La **Via delle Abbazie** è un viaggio lungo antichi percorsi che offre l'opportunità di conoscere luoghi ricchi di spiritualità e di scoprire la storia del monachesimo. L'itinerario attraversa diverse aree geografiche del Friuli Venezia Giulia, parte dall'Abbazia di San Gallo a Moggio Udinese, tra le Alpi Giulie e le Alpi Carniche, si collega all'Abbazia di Rosazzo a Manzano nei Colli Orientali ed arriva all'Abbazia di S. Maria a Sesto al Reghena nella pianura Pordenonese;
- il **percorso giallo** della **Via Alpina** fa parte di un progetto europeo innovativo volto a valorizzare il patrimonio culturale e naturale delle Alpi ed attraversa anche il territorio del Parco delle Prealpi Giulie;
- la **Romea Strata** il cui percorso riunisce i vari cammini e le vie consolari che storicamente conducevano a Roma i cittadini dal nord e dall'est Europa ed il tratto più conosciuto è quello del **Cammino Principale** che parte da Tarvisio, nel cuore delle Alpi Giulie;

Il nostro comprensorio è ricco anche dal punto di vista della presenza dell'associazionismo locale; i vari sodalizi e le Pro Loco presenti nei nostri Comuni sono in prima linea nella promozione del territorio e delle sue ricchezze naturali, gastronomiche, storiche e culturali, anche organizzando eventi e feste che richiamano molti visitatori.

Il turismo itinerante, all'interno di questo contesto si inserisce come una risorsa per il nostro territorio e con le sue caratteristiche si presta a diventare un partner molto interessante per la promozione dello stesso. A volte, la curiosità di chi viene da fuori per la natura, la storia e la cultura dei nostri luoghi ci fa guardare con occhi diversi ciò che siamo abituati a vedere ogni giorno e ci regala l'opportunità di riscoprire il nostro territorio.

Il turismo itinerante è anche molto compatibile con il territorio delle aree protette per la sua caratteristica di essere "lento", sostenibile e rispettoso dell'ambiente, della natura e delle tradizioni dei luoghi che lo ospitano.

In Friuli Venezia Giulia sono ancora poche le infrastrutture dedicate a questo tipo di turismo, a differenza del Veneto che conta campeggi ed aree attrezzate di rilievo internazionale. Anche da questa regione si può trarre spunto per sviluppare questo importante segmento dell'offerta turistica, che con gioia posso dire essere in crescita nella nostra Regione e che vede anche i Comuni del nostro parco investire in questo settore.

## CONCLUSIONI

Concludendo un convegno, ci sono adempimenti dovuti: i ringraziamenti anzitutto. Ringrazio, in primo luogo, il sindaco di Vicenza Giacomo Possamai che ha voluto patrocinare questo convegno che si è tenuto in questo contesto. Inoltre un sentito grazie ai relatori, ma anche ai partecipanti.

Era stato chiesto ai relatori di presentare il testo scritto dei loro interventi. I testi, prima della stesura definitiva, subiranno un'ulteriore revisione da parte dei relatori per poi essere mandati in stampa. Gli atti del convegno possono essere, infatti, fonte di informazioni preziose e di indubbio rilievo.

Grazie per l'attenzione.

Allegati



*Il Ministro*



*Il Ministro*

**MESSAGGIO DEL MINISTRO DEL TURISMO PER:**

*"Alpe Adria, crocevia con l'Europa del turismo sostenibile all'aria aperta"*

**28 ottobre 2023**

Oggi, svolgendo questo importante convegno, affrontate un argomento di grande attualità e rilevanza nell'ambito del turismo, parlando del valore dell'ambiente quale risorsa in continua espansione per il settore.

Il turismo all'aria aperta è un elemento di congiunzione che garantisce equilibrio tra rispetto dell'ambiente, promozione, sviluppo e valorizzazione dei territori, ricoprendo inoltre un ruolo centrale sia in termini di spesa e fatturato che di flussi turistici. I dati parlano di una spesa generata di circa 2,5 miliardi di euro e un fatturato complessivo, inclusi gli indotti, di circa 5,5 miliardi di euro. In termini di presenze sul territorio nazionale, le previsioni dell'estate 2023 contavano 56,6 milioni di presenze nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre, in aumento rispetto al 2022 e al 2019.

Voglio inoltre complimentarmi per i risultati che gli operatori stanno ottenendo nel territorio della regione Vento, dove state svolgendo l'evento e dove il comparto del turismo all'aria aperta è particolarmente fiorente. Nel nord-est d'Italia si concentra infatti circa il 22% delle imprese attive a livello nazionale.

L'impegno del ministero per il settore all'aria aperta è massimo e si traduce in azioni concrete. Cito a titolo d'esempi l'istituzione di un Fondo di 32.870.000 euro per il 2023, che sarà utilizzato per finanziare progetti e iniziative proposte dai comuni italiani per la creazione e la riqualificazione di aree attrezzate di sosta temporanea a fini turistici, avvenuta questa settimana con l'approvazione del DL "Qualità dell'Aria Pulita". Ritengo sia importante riqualificare e potenziare le aree di sosta, al fine di colmare il divario con i nostri principali concorrenti, in particolare tedeschi e francesi. Altro tema a cui il

ministero sta lavorando è l'applicazione dell'Iva al 4% per l'acquisto di camper destinati a persone con disabilità.

Sono molti i progetti in cantiere e potranno essere realizzati solo lavorando in squadra con le associazioni di categoria e gli imprenditori, ascoltandone le richieste potremo arrivare a definire una normativa unica a livello nazionale che contribuisca in maniera rilevante a rendere riconoscibile ed esclusivo nel mondo il turismo all'aria aperta della nostra meravigliosa Italia, contribuendo insieme a creare un'offerta turistica più sostenibile, diversificata e attrattiva durante tutto l'anno.

Auguro al convegno un grande successo e mi metto a disposizione per ulteriori iniziative e progetti che puntino a promuovere e sviluppare questo importante settore.

I Ministro per il Turismo



**PROGETTO AREE ATTREZZATE CAMPER E CARAVAN  
PLEINAIR E ALPE ADRIA**

**ALPE ADRIA**

**crocevia con l'Europa del turismo**

**sostenibile all'aria aperta**

**28 ottobre 2023**

**PER ALPE ADRIA**

**Dario Bressan — Ezio Paganin — Gianantonio Palezza — William Del Negro**

**INDICE**

SCOPO

CAMPO DI APPLICAZIONE

OBIETTIVI DEL PROGETTO

PROFILO DEL PROMOTORE DEL PROGETTO E DEL MARCHIO DI QUALITA'

PARTNER PER LA GESTIONE DEL MARCHIO DI QUALITA'

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. IMPEGNI DEL PROMOTORE DEL PROGETTO
2. RUOLO DEL CAPO PROGETTO
3. RACCOLTA DEI DATI DI BASE PER IL PROGETTO - CENSIMENTO
4. INVESTIMENTI: AREE ATTREZZATE ESISTENTI E NUOVE
5. ELABORAZIONE DEL QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO
6. SVILUPPO DATA BASE E APPLICATIVO SU WEB
7. MARCHIO DI QUALITA'
8. PRESENTAZIONE DEL MARCHIO DI QUALITA' E DEL QUADRO NORMATIVO
9. START DEL PROCESSO DI QUALIFICA DELLE AREE ATTREZZATE E SERVIZI
10. PUNTI INFORMATIVI
11. FORMAZIONE CONTINUA
12. MIGLIORAMENTO CONTINUO DEL SISTEMA E FIDELIZZAZIONE DI TUTTE LE  
PARTI INTERESSATE
13. PIANO ECONOMICO DEL PROGETTO PER FASE DI REALIZZAZIONE
14. PIANO ECONOMICO DEL PROGETTO COMPLESSIVO
15. PIANO TEMPORALE DEL PROGETTO
16. CONTO ECONOMICO PREVISIONALE - BUSINESS PLAN TRIENNAL

### PROGETTO DI UN MARCHIO DI QUALITA' PER LE AREE CAMPER SCOPO

Riconoscimento da parte delle istituzioni che il turismo itinerante sia un settore socio economico importante per il paese, da valorizzare e strutturare con la partecipazione delle organizzazioni pubbliche e private in un quadro formato sui modi e regole della residenzialità leggera e temporanea rispettosa dell'ambiente e del territorio, con una ricettività qualificata e integrata con servizi di aree attrezzate classificate e qualificate che garantiscono qualità, sicurezza e accessibilità in un sistema informativo aggiornato. Considerare le aspettative del campeggiatore, che è in testa a una importante filiera come cliente, che usufruisce dei servizi di aree attrezzate camper e caravan, pubbliche e private in Italia, con la realizzazione del progetto e il marchio di qualità, che comporta una larga ricaduta di interessi in tutta la filiera del turismo itinerante e per tutte le parti coinvolte nel progetto e nel marchio.

### CAMPO DI APPLICAZIONE

Triveneto come laboratorio sperimentale e a livello nazionale.

### OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Rilevare aree attrezzate esistenti e individuare quelle di nuova realizzazione con gli organismi pubblici e privati del territorio competenti ( proloco, comuni, aziende private ecc.) a livello comunale, provinciale, regionale e nazionale, da parte delle Federazioni Regionali con la partecipazione dei Club e Associazioni, per la classificazione, la qualifica.
- fr Valutare l'entità degli investimenti necessari per gli interventi di miglioramento strutturale e funzionale delle aree attrezzate esistenti e di nuova realizzazione ritenute qualificanti per promuovere borghi storici, città con attrazioni culturali e artistiche, siti archeologici, siti di pregio ambientale, paesaggistico e culturale.
- Elaborare il quadro normativo che armonizzi le regole per la progettazione e per utilizzo delle aree camper e caravan, compresi i requisiti di sicurezza e qualità rispetto all'ambiente in relazione alla classificazione e alla qualifica a livello nazionale, regionale e europeo.  
Mettere in rete tutte le aree camper che partecipano al progetto e acquisiscono il marchio per consentire al turista di cercare, via WEB e tramite APP, l'itinerario di viaggio in Italia sulla base delle proprie esigenze, delle aree di sosta, dei servizi offerti e delle bellezze naturali e architettoniche presenti nelle città e soprattutto nei borghi italiani .
- fr Realizzare e depositare il "marchio di qualità" presso l'ufficio brevetti e marchi. Il marchio è uno strumento di garanzia e di riconoscimento della qualità, complementare alla certificazione. In progress estendibile alla certificazione ISO ( linee guida per accessibilità)
- fr L'adozione del marchio di qualità comporta una attività di Audit di parte prima, di parte terza in base alla classificazione e qualifica per assicurare la qualità dei servizi rispetto ai requisiti di qualità e al miglioramento continuo verso le aspettative dei campeggiatori.
- fr Assicurare l'aggiornamento della base dati sul regolamento, delle aree attrezzate e della filiera.

### PROFILO DEL PROMOTORE DEL PROGETTO E DEL MARCHIO DI QUALITA'

Ministero del turismo, Partners, PleinAir, Alpe Adria hanno i titoli per farsi interpreti e protagonisti nel coordinamento del progetto finalizzato alla realizzazione e alla gestione delle aree camper, a livello nazionale, sia esse di nuova costruzione o in ottica di miglioramento per quelle esistenti.

### PARTNER DEL PROGETTO E LA GESTIONE DEL MARCHIO DI QUALITA'

Il progetto deve soddisfare tutte le aspettative delle parti interessate che partecipano alla sua realizzazione: riconoscendo a PleinAir e Alpe Adria il ruolo di coordinamento e di integrazione del progetto.

I focus sono:

fr I promotori rappresentano una risorsa concreta per sostenere, d'intesa con gli organismi pubblici e privati, il turismo della mobilità sostenibile delle famiglie, nel territorio, in ogni borgo, città e luogo storico culturale e naturalistico, determinando una importante ricaduta socio economica per l'intero paese.

fr I partner, per l'elaborazione del progetto e per la gestione del marchio di qualità, possono essere organizzazioni pubbliche, private e sociali.

Enti Pubblici: comuni, province, regioni, ministeri competenti, parchi nazionali e/o locali,, musei, aree archeologiche, GAL (Gruppi di Azione Locale e altri).

- Enti Privati: Proloco, associazioni del terzo settore, associazioni di categoria, i sindacati, le imprese come es: agriturismi; servizi misti albergo/area camper; parcheggi pubblici misti; aziende agricole; comuni proprietari di aree camper e altri.
- I Rappresentati di questi organismi pubblici/privati possono, sia partecipare, sia promuovere in seno all'organizzazione del marchio, progetti di sviluppo innovativi, di ricerca e di sviluppo socioeconomico del territorio riguardanti il turismo itinerante. Gli stessi sono anche protagonisti di progetti di finanziamento per sostenere quanto su indicato.

fr La Confederazione Italiana Campeggiatori, disponibile ad avere un ruolo nel progetto, può essere un Partner importante in quanto è capillarmente diffusa sull'intero territorio nazionale:

- sede legale a Calenzano "Firenze"
- Federazioni regionali presenti in quasi tutte le regioni italiane;
- Club aderenti alle Federazioni Regionali e presenti in tutte le province italiane e nei principali comuni italiani.

fr Il Ministero del Turismo, della Cultura e quello dei Trasporti e delle Infrastrutture devono trovare nei Promotori e nei Partner interlocutori qualificati che rappresentino gli interessi di una larga fascia di mercato che promuovono la realizzazione di aree attrezzate sull'intero territorio nazionale per lo sviluppo del turismo itinerante.

## FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO AREE CAMPER

### 1) IMPEGNI DEL PROMOTORE DEL PROGETTO E DEL MARCHIO QUALITÀ

**Per l'elaborazione del progetto e del marchio di qualità i promotori e partner si impegnano a realizzare:**

1.1 Un'indagine, sul territorio nazionale, delle aree camper esistenti: pubbliche, private e di nuova realizzazione, nei siti e borghi di interesse.

1.2 Un'indagine sulla gestione delle aree camper, definendo i compiti e le responsabilità, sia dei proprietari, sia di gestori laddove diversi dai proprietari dell'area camper. 1.3 Un'indagine del quadro normativo, sia per la costruzione delle aree camper, in conformità ai requisiti di sicurezza delle parti strutturali, sia per l'impiantistica di servizio in relazione alla classificazione e qualifica atti all'utilizzo in sicurezza dell'area attrezzata stessa.

1.4 Elaborare gli strumenti di indagine e di rilevazione dei dati (questionari) delle aree attrezzate censite e quelle di possibile nuova realizzazione, messi a punto con gli operatori pubblici e privati interessati e con la Software House coinvolta per i data base che si intende utilizzare.

1.5 Attivare la procedura, d'intesa con i partner e le istituzioni preposte, per la realizzazione e l'ottenimento del marchio di qualità e/o certificazione ISO che dovrà tenere conto della classificazione e della qualifica.

1.6 L'indagine sarà condotta dai promotori come capo progetto con partner pubblici e privati interessati, sia a livello regionale e nazionale, sia a livello europeo, facendo riferimento ai paesi che hanno già elaborato il quadro normativo come la Francia, la Spagna altri.

### 2) PROJECT MANAGEMENT (Task force)

**PleinAir, Alpe Adria e le loro organizzazioni si impegnano a coinvolgere dei partner ai quali verrà presentato il progetto basico e verificato con ciascuno l'interesse, la partecipazione, il sostegno finanziario e operativo per la realizzazione del progetto quali:**

2.1 Il Ministero del turismo;

2.2 Il Ministero dei trasporti e infrastrutture;

2.3 Le Regioni e Assessorati al turismo;

2.4 Conferenza delle Regioni e provincie autonome;

2.5 Le provincie, i comuni; Gal

2.6 UPI — Unione Provincie Italia

2.7 ANCI Associazione Nazionale Comuni Italia

2.8 altre Organizzazioni pubbliche e private interessate ES. AIASC (Associazione Italiana Aree Sosta Camper, ASSOCAMP, C.I.C., Touring Club, APC, Federazione italiani parchi e riserve naturali, Aree archeologiche, FAI, ANMLI Associazione Nazionale dei musei Locali e istituzionali, associazioni e gruppi di campeggiatori, altri).

2.9 L'organizzazione dei Promotori e dei Partner presenti in modo capillare sull'intero territorio nazionale con le Federazioni e con i Club presenti in ogni provincia e relativi comuni effettueranno l'attività di rilevazione delle aree attrezzate e l'attività di servizio inerente il progetto, riguardante: il capo progetto nazionale, i responsabili di progetto regionale e interregionale, i rilevatori qualificati regionali, provinciali e comunali, l'informazione, la formazione, il miglioramento continuo sul territorio nazionale.

### 3) RACCOLTA DEI DATI DI BASE PER IL PROGETTO (CENSIMENTO)

3.1 Elaborazione degli strumenti di rilevazione per il censimento delle Aree attrezzate esistenti e nuove completo dei campi riguardanti i livelli di **accesso per i portatori di handicap**;

3.2 Formazione/addestramento delle persone delle Federazioni e dei Club interessati del censimento realizzata con tablet con installato il software di rilevazione per ogni rilevatore.

3.3 Rilevazione del numero di aree camper attrezzate, sia dalla raccolta degli elenchi esistenti (portolano), sia da conoscenze dirette del proprio territorio di impianti esistenti e nuovi.

Le aree attrezzate oggetto della rilevazione sono: camper service, l'area attrezzata, l'area integrata. Esempio: agricompeggi; agriturismi; servizi misti albergo/area camper; parcheggi pubblici misti; aziende agricole; e altri. La rilevazione delle aree attrezzate verrà effettuata su base comunale, provinciale, regionale e nazionale.

3.4 Visita alle aree attrezzate a cura di volontari delle Federazioni regionali con la collaborazione dei volontari dei Club interessati, per rilevare e raccogliere i dati previsti dai questionari, di cui al punto 1.4, ad esempio: responsabilità del gestore, capacità ricettiva, servizi al campeggiatore e ai disabili e livello di qualità, sicurezza, tipologia dell'area attrezzata vale a dire sorvegliate, non sorvegliate, modalità di pagamento e altro.

Esaminare, con i proprietari/gestori delle aree attrezzate visitate, gli interventi di miglioramento necessari, strutturali e funzionali, e relativi costi in relazione alla classificazione e qualifica.

3.5 Valutazione con il proprietario/gestore dell'area attrezzata l'indice di copertura stagionale dell'area stessa in rapporto alla sua capacità massima e alla destagionalizzazione. La rilevazione dei dati per ciascuna area attrezzata, consentirà di calcolare l'effettiva capacità ricettiva del territorio. 3.6 Valutazione e rilevazione con gli "opinion leader" (proloco, sindaci, operatori di promozione turistica, pubblici e privati e altri) dell'interesse di interventi di miglioramento strutturale e funzionale di nuove aree attrezzate ritenute qualificanti per la presenza di borghi storici, attrazioni culturali e artistiche, siti archeologici, siti di pregio ambientale, interesse paesaggistico e culturale, altro.

La rilevazione dei dati verrà effettuata su base comunale, provinciale, regionale e nazionale e consentirà di valutare l'entità degli investimenti nereccAri per la realizzazione di nuovi impianti.

3.7 Rilevazione dalle statistiche esistenti affidabili del numero dei camper e caravan circolanti in Italia da campeggiatori italiani e stranieri, nelle diverse stagioni, per poi rapportarli alle capacità ricettive stagionali rilevate.

3.8 Rilevazione con il proprietario/gestore dell'area attrezzata i flussi degli arrivi e delle presenze stagionali e l'ipotesi di garantire destagionalizzazione. La rilevazione dei dati per ciascuna area attrezzata verrà effettuata su base comunale, provinciale, regionale e nazionale anche allo scopo di stabilire i criteri per la classificazione e la qualifica delle stesse.

### 4) INVESTIMENTI: AREE ATTREZZATE ESISTENTI E NUOVE.

4.1 Valutazione degli investimenti necessari per gli interventi di ampliamento, miglioramento e per la nuova realizzazione di aree attrezzate, rilevati nelle visite di cui ai punti 3.2 e 3.4.

4.2 Valutazione degli investimenti necessari per realizzare una maggiore capacità ricettiva delle aree attrezzate sulla base dell'indice di copertura stagionale rilevata al punto 3.3.

4.3 Elaborazione di un piano di investimenti sulla base dei dati di cui al punto 4.1 e 4.2.

## 5) ELABORAZIONE DEL QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

5.1 Raccolta di leggi, regolamenti e proposte a livello comunale, regionale e nazionale che definiscano i requisiti: per la costruzione delle aree attrezzate, per l'impiantistica ausiliaria e di sicurezza, per l'organizzazione interna dell'area (layout) riferita alla sicurezza i servizi offerti ai campeggiatori ospiti, compresi i portatori di handicap;

5.2 Raccolta di leggi, regolamenti e proposte a livello europeo (Francia, Spagna, Mitteleuropa) che definiscano i requisiti per la costruzione delle aree attrezzate, per l'impiantistica ausiliaria e di sicurezza, per organizzazione interna dell'area, ( layout) riferita la sua classificazione, qualifica e alla sicurezza, i servizi offerti ai campeggiatori ospiti, compresi i portatori di handicap;

5.3 Esame comparato dei dati raccolti per verificare la compatibilità con l'obiettivo di armonizzare i diversi requisiti applicati nelle regioni italiane e in Europa.

5.4 Un altro importante obiettivo del progetto è l'elaborazione di un documento che armonizzi per quanto possibile i modi e le regole di utilizzo delle aree attrezzate per camper e caravan, compresi i requisiti di sicurezza, di qualità e di rispetto dell'ambiente in conformità al quadro delle normative vigenti e consensuali applicabili. (es. quadro normativo ISO 21401 Turismo Sostenibile e ISO 26.000 ex SA 8.000 sulla responsabilità sociale)

## 6) SVILUPPO DATA BASE E APPLICATIVO SU WEB

6.1 Sviluppo di una APP disponibile su Apple Store e Play Store per rilevazione delle aree attrezzate da parte dei rilevatori, ( questionario) previa formazione a distanza;

6.2 Progettazione della struttura e della grafica del sito web, che comprende: la mappa con le aree di sosta nel territorio, le informazioni specifiche e di accessibilità all'area, la visualizzazione della stessa, a 360°, sul proprio computer o smartphone e la rete delle aree attrezzate aderenti al progetto;

6.3 Back office: definizione delle regole, delle responsabilità per la gestione e l'aggiornamento dei dati, documenti e informazioni del data base.

6.4 Focus per conseguire gli obiettivi di cui sopra sono:

- Creare una rete di certificatori delle aree di sosta;
  - > Fornire ai rilevatori qualificati uno strumento professionale per effettuare le mappature;
  - Raccogliere anche informazioni sull'accessibilità delle aree per portatori di handicap;
  - Disporre di uno strumento per la consultazione dei dati raccolti per la pianificazione del budget di investimento sul territorio nazionale;
- Creare un sito internet ufficiale per i turisti italiani e stranieri con la mappa delle aree di sosta, in più lingue in relazione alla provenienza dei turisti esteri;

7 Dare una identità comune a tutta la rete di Club aderenti al progetto mantenendo anche l'indipendenza dei singoli Club;

7 Fornire le API key alle organizzazioni pubbliche e private e partner che avranno necessità di integrare i dati della rete di aree di sosta presenti nel Database nei loro siti web o nei loro portali.

## 7) MARCHIO DI QUALITÀ (certificazione)

7.1 Elaborazione del regolamento del marchio collettivo di qualità e sue modalità d'uso, correlata alla classificazione e qualifica, tratto dal quadro normativo di riferimento delle aree attrezzate:

- > Finalità, titolarità, definizioni e caratteristiche del Marchio. ( ISO 21040 – 150 26000)
- Soggetti (aree attrezzate, campeggi, guide turistiche, agenzie di viaggio, altro )che possono richiedere la concessione del Marchio,
- > Prodotti e servizi per i quali è possibile richiedere la concessione per l'uso del Marchio,
- > Requisiti richiesti e prescrizioni per i prodotti ed i servizi,
- > Modalità d'uso del Marchio,
- > Verifiche di sorveglianza in relazione alla classificazione e qualifica,
- > Tutela del Marchio e/o certificazione ISO
- > Gestione delle controversie

7.2 Domanda di registrazione del marchio al " **Ministero di Economia e Sviluppo**" Il deposito del marchio presso il " Ministero di Economia e Sviluppo" deve essere conforme alla Direttiva europea 2006/123/CE, IL Decreto legislativo 59/2010 che recepisce la direttiva, la circolare del Ministeriale 3635/c del 6 maggio 2010.

## 8) PRESENTAZIONE DEL MARCHIO E DEL QUADRO NORMATIVO

8.1 Convegno per la presentazione dei risultati del progetto, degli strumenti digitali per connettere i campeggiatori e alle parti interessate. Il convegno sarà fatto con la partecipazione dei partner e delle istituzioni che hanno sostenuto il progetto;

8.2 Saranno invitati i proprietari e gestori delle aree attrezzate ai quali sarà presentato il quadro normativo, il marchio collettivo di qualità e sue modalità d'uso, il suo regolamento e i destinatari;

8.3 Presentare la rete tutte le aree attrezzate che partecipano al progetto e acquisiscono il marchio per consentire al turista di cercare, via WEB e tramite APP l'itinerario di viaggio in Italia sulla base delle proprie esigenze, delle aree di sosta, dei servizi offerti e delle bellezze naturali e architettoniche presenti nelle città e soprattutto nei borghi italiani .

8.4 I proprietari e gestori delle aree di sosta per V.R. sono responsabili della rilevazione e registrazione dei flussi turistici dell'area per concorrere nella statistica dei flussi degli arrivi e delle presenze delle aree di sosta.

8.5 Saranno invitati anche le agenzie di viaggio e guide turistiche che con il diffondersi del turismo itinerante hanno modo di offrire ai campeggiatori i loro servizi per conoscere il territorio.

## 9) PROCESSO DI CLASSIFICAZIONE E QUALIFICA DELLE AREE ATTREZZATE

9.1 Il regolamento dell'uso del marchio collettivo di qualità verrà consegnato ai titolari delle aree camper e caravan e alle organizzazioni della filiera interessate e mantenuto aggiornato. Saranno esposti i requisiti di rispetto del marchio e i criteri di sorveglianza;

9.2 Sempre per i proprietari e gestori delle aree di sosta dei V.R. e alle organizzazioni della filiera interessate, la A.T.I. Italia si impegna a fornire servizi di aggiornamento sul quadro normativa applicabile, del regolamento d'uso del marchio e realizzare servizi di informazione e di formazione. Per svolgere questo importante ruolo i Promotori e Partner si impegnano a partecipare nelle commissioni ai vari livelli territoriali nazionali e regionali.

9.3 Potenziale interesse dell'uso del marchio collettivo di qualità anche gli organismi di filiera quali: le agenzie di viaggio e guide turistiche che con il diffondersi del turismo itinerante hanno modo di integrare i propri servizi a quelli delle aree attrezzate per meglio far apprezzare la cultura, la paesaggistica e le specialità artigianali e enogastronomiche del territorio.

## 10) PUNTI INFORMATIVI

10.1 Saranno strutturati dei punti informativi a livello regionale (sportelli) con attrezzature hardware per il collegamento alla base dati connesso con il web;

10.2 Gli sportelli regionali forniranno ai turisti itineranti europei informazioni sul quadro normativo del codice stradale e i collegamenti con gli sportelli delle istituzioni competenti;

10.3 Gli sportelli regionali e i club presenti sui diversi livelli del territorio nazionale assicurano il servizio informativo web/telefonico ai turisti campeggiatori, italiani e stranieri circa le aree attrezzate per camper e caravan, le regole e modi della sosta, i requisiti di sicurezza, e indicazioni per visitare i borghi italiani, i siti archeologici, paesaggistici, città e altro. Questo è un servizio molto atteso dal turista itinerante H 24 perché le aree camper non presenziate sono prevalentemente quelle comunali, che sono in numero maggiore rispetto a quelle private e presenziate.

## 11) FORMAZIONE CONTINUA

11.1 Sarà fatta attività informativa e formativa, in videoconferenza, alle persone interessate alla gestione e al coordinamento delle aree camper/caravan attrezzate. Compito dei Promotori e Partners è di assicurare l'aggiornamento sistematico del regolamento per usufruire dei servizi delle aree attrezzate per camper e caravan.

11.2 Sarà fatta attività informativa e formativa, in videoconferenza, agli ispettori delle verifiche ispettive di parte terza alle aree attrezzate che hanno acquisito il marchio di qualità per assicurare la gestione del sistema in conformità del quadro normativo di riferimento, quindi ai campeggiatori. 11.3 Sarà fatta attività informativa e formativa, in videoconferenza, agli addetti dei punti informativi, sia sulla implementazione del data base, sia sugli aggiornamenti con la APP in web.

## 12) MIGLIORAMENTO CONTINUO DEL SISTEMA E FIDELIZZAZIONE

12.1 Gli auditor dei Promotori, dei Partner assicurano le verifiche ispettive sistematiche delle aree attrezzate che hanno acquisito il marchio di qualità sul territorio nazionale, fornendo ai comuni titolari o loro delegati dei verbali di verifica con le informazioni di azioni preventive o correttive da attuare per assicurare la qualità dei servizi. Per le certificazioni ISO le V.I. saranno effettuate dagli organismi di certificazione accreditati.

12.2 L'attività di verifica viene attuata da volontari ispettori dei club, delle Federazioni formati e certificati da organismi nazionali pubblici e privati competenti.

12.3 Con il progetto i Promotori e Partner si impegneranno a mantenere attiva la ricerca di siti e borghi italiani interessati a realizzare aree di sosta camper e caravan come risorsa per richiamare e ospitare turisti itineranti nazionali e stranieri con una importante ricaduta socioeconomica del territorio, con particolare riferimento a quello della periferia. Aggiornamento del data base. 12.4 Compito dei Promotori e Partners è di assicurare l'aggiornamento sistematico del regolamento per usufruire dei servizi delle aree attrezzate per camper e caravan.

12.5 Azioni di marketing volte alle parti interessate per elevare il loro grado di soddisfazione.

PIANO ECONOMICO DEL PROGETTO" COMPLESSIVO" "Ambasciatore Turismo Itinerante" A.T.I.Italia						
Fase	Obiettivi	Responsabilità	Costo € Unitario	Costo Totale e€	Ricavi e/o finanziamenti	Note
1	Impegni del promotore	Cp/ GL/ Consul,ti	200	2.000	2.000	finanziamento C.I.C.
2	Ruolo del Capo Progetto	Cp/ GL/ Consul,ti	3.900	14.200	14.200	finanziamento C.I.O
3	Censimento aree sosta	Cp/ GL/ Consul,ti	20.000	282.000	282.000	finan/contrib. esterno
4	Valutazione investimenti	Cp/ GL/ Consul,ti	3.500	78.500	78.500	finan/contrib. esterno
5	Quadro normativo	Cp/ GL/ Consul,ti	2.000	43.500	43.500	finan/contrib. esterno
6	D. B. e applicativo su web	"		68.000	68.000	finan/contrib. esterno
7	Marchio di qualità	"	-	32.000	32.000	finan/contrib. esterno
8	Promoz.e	"	-	22.000	22.000	finan/contrib. esterno
9	Qualifica aree attrezzate	"	1.200	231.000*	315.000	<b>autofinanziamento</b>
10	Punti informativi	"	1.450	30.450	30.450	finan/contrib. esterno
11	Formazione continua	"	1.500	17.000*	20.000	<b>autofinanziamento</b>
12	Miglioramento del	"	1.100	273.000*	373.800	<b>autofinanziamento</b>
<b>Costo Totale complessivo</b>			-	<b>1.097.650</b>	<b>1.285.450</b>	

\* pos. 9 il costo totale degli Audit pari al 70% del ricavo - pos.11 il costo totale degli Audit sorveglianza pari al 70% del ricavo pos. 12 il costo totale degli Audit sorveglianza pari al 70% del ricavo

118: il campo ricavi/finanziamenti pari a € 986.350 è costituito da €16.200 finanziati dalla C.I.C.; € 467.150 con finanziamento e/o contributo estero; per le pos. 9, 11, 12 si evidenzia un ricavo di €503.00 a fronte di un costo di € 387.600.8 MOL risulta pari a € 115.400. Il Mol tenderà ad aumentare negli anni successivi perché si riducono i costi di avvio.

PIANO TEMPORALE DEL PROGETTO																			
"Ambasciatore Turismo Itinerante Italia" A.T.I.Italia																			
Fase	Descrizione	2° trimestre			2° trimestre			3° trimestre			4° trimestre			5° trimestre			6° trimestre		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Impegni del promotore																		
2	Ruolo capo progetto																		
3	Censimento aree attrezz.																		
4	Valutazione investim.ti																		
5	Quadro normativo																		
6	D.B applicativo su WEB																		
7	Marchio di qualità																		
8	Pres. Marchio e norme																		
9	Qualifica aree attrezzate																		
10	Punti informativi																		
11	Formazione continua																		
12	Miglioramento sistema																		

PS possibile slittamento del trimestre in quadrimestre

**CONTO ECONOMICO PREVISIONALE SU UN TRIENNIO IN MIGLIAIA DI EURO**

VOCI DEL CONTO ECONOMICO	Anno 1	Anno 2	Anno 3
<b>1-RICAVI</b>			
- Finanziamento promotore f. 1-2	16,2	0	0
- Finanziamento pub. 30% fasi 3-4	107	0	0
Contributo pub. 70% fasi 3-4*	212	20	2
- Contributo pub. 100% fasi 5-7-8*	60	20	0
- Finanziamenti pub. 30% fasi 6-10	30	0	0
- Contributo pub. 70% fasi 6-10*	50	19	0
- Servizi forniti fasi 9 -11-12	0	335	393,8
- <b>Totale ricavi</b>	<b>475,2</b>	<b>394</b>	<b>413,8</b>
<b>2— COSTI DI PROD.NE VARIABILI</b>			
- Finanziamento promotore f.1-2	16,2	0	0
- Rate finanziamento fasi 3-4	70	37	0
- Contributo pubblico fasi 3 – 4*	212	20	20
Rate finanziamento fasi 6-10	15	15	0
- Contributo pubblico fasi 6-10*	50	19	0
- Contributo pubblico fasi 5-7-8*	60	20	0
- Servizi forniti fasi 9 –11-12	17	248	290
<b>Totale costi variabili</b>	<b>440,6</b>	<b>359</b>	
<b>3— COSTI FISSI</b>			
- Assistenza sito web	12	12	12
- Affitto quota a parte	0	0	0
Capi progetto	50	50	50
- Segreterie tecniche	15	15	15
<b>Totale costi fissi</b>	<b>77</b>	<b>77</b>	<b>77</b>
<b>4—COSTO DEL VENDUTO(2+3)</b>	<b>517,2</b>	<b>436</b>	<b>387</b>
<b>5 MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>-42</b>	<b>-42</b>	<b>+26,8</b>

\* costi sostenuti a fronte di contributi

**Break even point al 3 quarto anno.**

**SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO ITINERANTE NEL BELLUNESE"**

**28 ottobre 2023 vicenza**

Piloni Il Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi come risorsa del territorio

Antonio Andrich — Direttore

Lo spirito della legge quadro sulle aree protette, le finalità ed il mandato istituzionale del Parchi si sposano in modo inequivocabile con un offerta turistica fondata sui principi della sostenibilità. Le attività ed i programmi messi in campo in 20 anni e più di storia del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi, avvalorano un approccio coerente proprio con una visione del territorio, al di là dei confini stretti dell'area protetta, che trova sinergie e collegamenti con la "domanda" del turismo itinerante. La strategia pianificatoria del Parco si è dunque basata sullo sviluppo di strumenti e progettualità concrete partendo da un concetto di fruizione e prima ancora di accesso al territorio. Tutto ciò ha portato a sviluppare dei servizi che possiamo considerare propri (informazione, divulgazione, educazione ambientale, escursionismo, ricerca,...) e a stimolare, anche attraverso politiche di incentivazione o co-finanziamento, attività e servizi di soggetti terzi volti all'infrastrutturazione ed alla accoglienza turistica. Un percorso che in modo sintetico si va a rappresentare nel seguito di questa relazione.

### La pianificazione

Il Piano per il Parco affronta l'aspetto legato all'ingresso all'area protetta differenziando fra accessi turistici - che hanno la prerogativa di consentire l'ingresso al Parco con mezzi motorizzati — e accessi naturalistici - che sono stati individuati all'interno di quei percorsi fra esterno e interno che presentino le caratteristiche di comoda percorribilità e dai quali sono stati quindi esclusi tutti gli itinerari su sentieri impegnativi. Gli obiettivi di fondo che il Piano pone come prioritari possono così essere sintetizzati: Per gli accessi turistici: - riqualificazione dell'offerta rispetto alla situazione di partenza attraverso progetti specifici, azioni, direttive, norme; - opportunità di localizzare gli accessi turistici in aree a minor valore/sensibilità/vulnerabilità ambientale; - necessità di garantire un minimo di infrastrutturazione; - necessità di poter controllare il traffico veicolare durante i mesi e/o le giornate di punta. Per gli accessi naturalistici: - opportunità di localizzare gli accessi naturalistici lungo itinerari qualitativamente pregevoli; - opportunità di ridurre al minimo le infrastrutture di servizio intese in senso classico (parcheggi, aree di sosta, ecc.), o quanto meno di localizzarle nelle aree esterne al Parco; - necessità di prevedere lungo gli accessi naturalistici percorsi guidati. Con questa logica, gli accessi turistici che il Piano individua sono i seguenti:

#### Zona di Aune -Passo Croce d'Aune

Accesso caratterizzato dalla presenza di una strada regionale, rappresenta il punto di partenza privilegiato per il raggiungimento dei santuari naturalistici delle Vette Feltrine. La qualificazione dell'offerta è demandata, in questo caso, ad una serie di iniziative realizzate negli anni fra le quali il recupero di Casera dei Boschi, la riqualificazione del parcheggio di Croce d'Aune con la

realizzazione di un punto informazioni, la riqualificazione della zona di Pian d'Avena con la realizzazione di un'area pic-nic e un punto ristoro e la sistemazione della rete sentieristica.

#### Val di Canzoi

Secondo il Piano per il Parco il discorso sulla Val di Canzoi appare molto complesso in ragione del suo valore naturalistico e delle modalità di frequentazione in uso. Il Piano ha individuato tra le altre alcune azioni da intraprendere per la Val di Canzoi: - la tutela di tutte le aree di fondovalle di interesse naturalistico (T. Caoràme, sue rive, biotopi umidi, ecc.); - la realizzazione di momenti di informazione e di educazione ambientale (percorsi guidati, punti informazione, depliant); - la sistemazione di manufatti di pregio storico/ambientale (calchère); - la razionalizzazione di alcune infrastrutture di servizio (parcheggi); - la realizzazione di un percorso pedonale di fondovalle; Fra gli interventi realizzati dal Parco in questo ambito si ricorda la Casa vacanze "Al Frassen", oggi foresteria con 22 posti letto e certificata Ecolabel, il Centro di educazione ambientale "La Santina" e la sistemazione della strada che costeggia il lago della Stua con il rifacimento dei ponti.

#### Val del Mis

Il valore naturalistico del territorio presenta alcuni caratteri di eccezionalità (ad es. i Cadini della Val Brenton); la Val del Mis è inoltre l'unico sito all'interno del Parco raggiungibile con mezzi di trasporto collettivo che presenti una vasta gamma di spunti per momenti qualificati di didattica ambientale. Il Piano valuta dunque la Val del Mis come l'accesso turistico di maggior importanza all'interno del Parco ed ha individuato, quali azioni prioritarie da intraprendere, fra le altre: - la riqualificazione e valorizzazione dei monumenti naturali (catini della Val Brenton, cascata della Sóffia, sorgenti carsiche, ecc.); - la realizzazione di una pista ciclo-pedonale a lato della provinciale fra il Pian della Falcina e il ponte di Gèna Bassa (oggi ancora un progetto da realizzare); - la riorganizzazione degli spazi e delle funzioni nell'area del Pian della Falcina; - la realizzazione di alcune infrastrutture di servizio al Pian della Falcina (parcheggio, area pic nic, punto informativo, area camper) e lungo la valle (piazzole attrezzate, ecc.); la realizzazione di altri momenti di informazione e di educazione ambientale (percorsi guidati, spazi espositivi, depliant, ecc.); Anche in questo caso molte di queste azioni sono già state sviluppate, soprattutto per quanto riguarda l'area di Pian Falcina e della Val Brenton, con la realizzazione del Giardino botanico. Relativamente all'elettrificazione della valle, il piano indica la necessità di approfondire la ricerca di soluzioni compatibili con la vocazione del territorio e con le sue caratteristiche ambientali, valutando, area per area, le diverse possibilità alternative. Oggi l'Ente ha inserito nel suo programma triennale delle opere pubbliche l'elettrificazione fino all'area di Pian Falcina.

#### Val Cordevole

La Val Cordevole è per il Piano un accesso turistico del tutto particolare. La sponda destra del torrente ha infatti i caratteri dell'ambiente naturale selvaggio (boschi e forre dei Monti del Sole) e/o curato dall'uomo (Salét, Le Agre); sul lato sinistro della valle è presente la strada regionale 203 "Agordina". Il problema che si pone riguarda la presenza, all'interno del Parco, di un corpo (la strada) in un certo qual modo non controllabile e non gestibile, le cui caratteristiche sono

indipendenti da direttive e norme, ma rispondono a regole che travalicano le azioni di Piano e che sono invece legate alle complesse, mutevoli, talora imprescindibili regole del mercato turistico, sociale, economico. Il flusso di vetture verso l'Agordina è ad esempio subordinato alla presenza di neve nel corso dell'inverno, all'andamento meteorologico durante l'estate, alla congiuntura economica, alla rete stradale esistente o da realizzarsi al di fuori del perimetro del Parco, tutti fenomeni evidentemente non controllabili. Non si può neppure affermare che il traffico veicolare lungo l'Agordina sia privo di ripercussioni sull'ambiente, che invece appaiono molto articolate, come di seguito esposto: - inquinamento acustico (il rumore dei mezzi in transito (moto in particolare) si ode fino a quote ragguardevoli lungo i sentieri che percorrono la valle); inquinamento atmosferico; - inquinamento idrico (perdite di oli e carburanti, sale, possibili incidenti a mezzi che trasportano rifiuti e/o sostanze pericolose); - pericolo di incendi (colposi e dolosi); - abbandono di rifiuti (sia al margine della strada che nei boschi ripariali); il Piano non sottovaluta questi problemi e anzi, attraverso alcune proposte mirate, cerca di trasformare una via di semplice attraversamento in un'occasione di avvicinamento alla natura. L'obiettivo rimane comunque quello di indurre pause brevi, in luoghi interessanti ma non particolarmente vulnerabili. Il Piano individua quali azioni prioritarie da intraprendere per la Val Cordevole: - la conferma del punto ricreativo di Candaten e la sua qualificazione mediante la realizzazione di un punto informazioni; - la realizzazione di altri momenti di informazione e di educazione ambientale (percorsi guidati, spazi espositivi, depliant, ecc.), per lo più dislocati sulla riva destra della valle; - la valorizzazione di alcuni monumenti naturali (forre, cascate); - la valorizzazione del sistema difensivo dei Castei; - la posa in opera di grandi tabelloni che indichino la presenza del Parco, le emergenze e i monumenti naturali da osservare e/o visitare lungo la valle. Va segnalato che il Parco nel corso degli anni ha effettuato importanti investimenti a Candaten con la riqualificazione dell'area pic-nic e la realizzazione di un punto informazioni, di un punto vendita di prodotti locali, di un piccolo bar, la riqualificazione del parcheggio con l'inserimento dell'area camper la quale, attrezzata, consente di contenere l'abbandono di rifiuti e reflui lungo la strada.

**Gli accessi naturalistici** individuati dal Piano per il Parco sono i seguenti: - Val di Lamén. - Val di San Martino. - Valle dell'Ardo. - Caiàda. - Val del Grisol. - Val Prampèr.

#### **L'interpretazione ambientale**

In occasione dell'aggiornamento del Piano per il Parco è stato redatto un nuovo documento che propone l'applicazione dei principi adottati a livello internazionale dell'interpretazione ambientale, intesa come strumento utile a valorizzare le potenzialità educative del territorio e, allo stesso tempo, a meglio organizzarne e indirizzarne la fruizione e la gestione. Anche il Piano di interpretazione ambientale contiene specifici riferimenti allo sviluppo della segnaletica stradale e turistica del Parco in forma coordinata. Nel Piano sono contenute quindi le linee guida e le proposte per l'individuazione di percorsi di varia lunghezza volti alla conoscenza dell'area protetta sotto forma di "schede progetto". Vengono quindi individuate "le vie del Parco", distinte in "Vie intorno alle montagne", che comprendono in sostanza la viabilità perimetrale al Parco, ed i principali punti di interesse turistico e naturalistico ad esse collegate e le "Vie dentro le montagne" relative alla percorrenza trasversale rappresentata dall'esistente rete sentieristica che

dalle prime si sviluppa. Il Piano individua quindi le più opportune forme di promozione e di valorizzazione nell'ottica di una potenziale rete informativa. L'informazione di accesso Il primo intervento di promozione del territorio dell'Area protetta, lungo la rete stradale che lo circonda e lo attraversa, è stato il posizionamento, in collaborazione con le Amministrazioni locali, di un cartello informativo dell'ingresso di ogni Comune del Parco. L'avviso di ingresso nel Parco è stato poi migliorato in tempi recenti attraverso il posizionamento di strutture segnaletiche lignee (landmark) in corrispondenza dei principali accessi veicolari, cui si sono aggiunti i cartelli che individuano il Parco come ambito delle Dolomiti patrimonio UNESCO, localizzati anch'essi presso l'inizio geografico dei 15 comuni del Parco. La segnaletica stradale Partendo da una specifica scheda progetto del Piano di Interpretazione Ambientale, nella quale è stato descritto un itinerario automobilistico che circonda il Parco, utilizzando uno specifico finanziamento comunitario l'Ente Parco ha realizzato un progetto di valorizzazione della propria immagine attraverso la posa di un'apposita segnaletica stradale. La segnaletica stradale è stata realizzata utilizzando misure e colorazioni adeguate a quanto prescritto dal Codice della Strada. La collocazione esatta di ogni cartello segnaletico è stata concordata con gli Enti gestori delle strade, sfruttando, dove possibile, i sostegni preesistenti presso bivi e incroci, compatibilmente con il numero di cartelli già presenti. Di seguito vengono indicati, suddivisi per tipologia, i contenuti di cartelli e segnali stradali. CARTELLI DIREZIONALI VALLI contenuto: logo PNDB NOME VALLE (Val di Lamen, Val di San Martino, Val di Canzoi,...) Eventuale frase "sottotitolo" Loghi obbligatori CARTELLI DIREZIONALI "PARCORAMICA" contenuto: logo PNDB PARCORAMICA Eventuale frase "sottotitolo" Loghi obbligatori CARTELLI CHILOMETRICI Val di Canzoi (Santina — Boz — Frassen — Erera) Val del Mis (Pian Falcina — Giardino — Cadini — Soffia — Stua) Val Cordevole (Candaten — Agre — Valle Imperina) Croce d'Aune Cartelli indicanti nomi e distanze delle principali mete turistiche (es: Pian Falcina, Giardino Botanico, Candaten, Santina, ecc.) il primo presso il confine eventuali altri lungo la strada PORTE DEL PARCO (n. 43) Nuovo cartello segnaletico stradale inizio e fine abitati principali dei 15 comuni del Parco

### **La sicurezza negli attraversamenti della fauna selvatica**

Per fronteggiare il crescente problema dell'investimento di fauna selvatica lungo la S.R. 203 della Val Cordevole l'Ente Parco ha ideato un sistema sperimentale, che ha ottenuto uno specifico finanziamento, per la realizzazione di un sistema di apparecchiature elettroniche che consentano la segnalazione all'automobilista della presenza della fauna selvatica in prossimità della carreggiata. Il progetto, in fase di realizzazione prevede inoltre il posizionamento di dissuasori ottici riflettenti lungo tutto il tratto della SR 203 "Agordina" nel tratto posto all'interno del territorio del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi nonché il posizionamento di siepi e recinzioni per orientare l'attraversamento della fauna selvatica nei punti coperti dal sistema di rilevazione.

### **Le aree di sosta per i camper**

Lungo le tre principali direttrici che attraversano il Parco sono state realizzate o individuate altrettante aree attrezzate per la sosta dei camper. In particolare l'Ente Parco ha realizzato un'area a Candaten lungo la Val Cordevole fornita di 15 stalli dotati di approvvigionamento elettrico, idrico

e di scarico dei reflui. Analoga struttura è stata realizzata in Pian Falcina lungo la Valle del Mis per la sosta di 12 camper. Le aree sono dotate di un blocco servizi alimentato da pannelli solari per la produzione di acqua calda sanitaria con locali doccia con altrettanti lavabi, WC, e locali tecnici. Per quanto attiene la direttrice più occidentale che collega Feltre a Pevera e Croce d'Aune si è fatto riferimento all'area attrezzata realizzata dal Comune di Feltre in prossimità del centro cittadino. Per evitare inutili doppioni l'Ente Parco ha provveduto a realizzare lungo tale direttrice un'area sosta e ristoro in Pian d'Avena e ha finanziato la sistemazione del parcheggio di Croce d'Aune con la realizzazione di un punto informazioni indispensabile in un punto di snodo fra il traffico veicolare e l'inizio dei sentieri che raggiungono il Monte Avena e le Vette Feltrine.

### **La rete sentieristica**

Sentieri natura.

Sono itinerari naturalistici ad anello che si snodano generalmente a quote modeste e sono dedicati ad escursionisti non necessariamente esperti ma interessati a conoscere un po' in dettaglio flora, vegetazione, fauna e geologia dei luoghi attraversati. I testi e le immagini riportati nei pannelli posti lungo i percorsi agevolano infatti la comprensione di aspetti anche complessi come quelli geomorfologici o vegetazionali, rivelano presenze animali e vegetali che altrimenti passerebbero inosservate, sottolineano l'importanza di elementi naturali altrimenti sottovalutati meritevoli di attenzione e di rispetto. I sentieri natura sono: Val Falcina, Val Canzoi e Val Pramper.

Sentieri tematici

Si tratta di percorsi a tema individuati cioè tra quelli più rappresentativi per descrivere un determinato aspetto (storia, archeologia, attività umane tradizionali, geomorfologia, ecc.). I primi sei itinerari così concepiti soddisfano gli escursionisti più esigenti grazie al dettaglio informativo delle guide e di una specifica tabellazione. Non di rado si è trattato di un recupero di percorsi anticamente sfruttati per lo spostamento degli uomini e delle merci, per le tradizionali attività silvo-pastorali, a scopo militare o religioso e che quindi hanno caratterizzato la storia di questo territorio, lasciando interessanti e a volte importanti manufatti e numerose altre tracce di frequentazione umana. I sentieri tematici sono: I Cadini del Brenton, i Circhi delle Vette, le Chiesette pedemontane, i Covoli in Val di Lamen, la Montagna dimenticata, la via degli Ospizi, la foresta di Cajada.

A due passi dal Parco

10 Comuni del territorio del Parco, sono stati individuati dei brevi tracciati da valorizzare in conformità a quanto auspicato dal Piano Pluriennale Economico e Sociale del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi approvato nel 2009. Gli itinerari si localizzano lungo la fascia pedemontana della Val Belluna e si connettono a un percorso a tema realizzato dal Parco nel 2000 (Chiesette pedemontane — santi guerrieri e Santi guaritori nelle Dolomiti Bellunesi) che ha costituito un essenziale riferimento per l'individuazione delle tappe feltrine e bellunesi del percorso di interesse provinciale e regionale "Il Cammino delle Dolomiti" che ne ricalca in gran parte il tracciato. L'itinerario proposto per Belluno (Bus del Buson) è invece direttamente collegato al tracciato

dell'Alta Via n.1, lungo percorso escursionistico da Braies a Belluno. Si tratta di brevi itinerari su tracciati esistenti, possibilmente ad anello, dedicati ad un' ampia gamma di fruitori non necessariamente con esperienza escursionistica. La loro realizzazione è stata possibile grazie ad un finanziamento a valere sul PSR della Regione Veneto.

#### La carta europea del turismo sostenibile

L'impegno del Parco continua e guarda avanti anche grazie al percorso di accreditamento ed al riconoscimento della Carta Europea del Turismo Sostenibile. La CETS è uno strumento, assimilabile ad un percorso di certificazione coordinato a livello europeo da EUROPARC Federation, che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'opportunità di candidatura ci è stata data dal Ministero dell'Ambiente attraverso la consulenza di Federparchi. L'obiettivo fondante della CETS è il continuo miglioramento e sviluppo della gestione del turismo nell'area protetta a favore dell'ambiente, della popolazione locale, delle imprese e dei visitatori, in un'ottica di tutela del patrimonio naturale e culturale. L'elemento centrale della CETS è la collaborazione volontaria tra Il Parco e i Soggetti pubblici e privati del territorio per sviluppare una strategia comune ed un piano d'azione per lo sviluppo turistico. Il Piano è articolato in 43 azioni: 13 sono curate direttamente dal Parco e 30 da soggetti pubblici o privati; alcune azioni sono già avviate e molte in cantiere. Complessivamente il Piano di azione quinquennale coinvolge 6 Enti pubblici e 22 soggetti privati. A dicembre del 2015 il riconoscimento presso il Parlamento Europeo ha sancito questo percorso ed oggi la carta è un progetto strategico che si sta sviluppando, ma che richiede un fondamentale contributo dei soggetti impegnati fondato su un'alleanza tra pubblico e privato sulla quale l'Ente punta da sempre anche attraverso altri progetti come la "Carta qualità", il progetto "Malghe", il progetto "Fossi! free". Si tratta di sviluppare servizi e proposte tra loro coordinate con un'unica cabina di regia, ancorate ad una visione unitaria che trova ispirazione e fondamento sempre e comunque all'interno degli strumenti programmatori dell'Ente Parco

CAMERA DEI DEPUTATI

## PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del Deputato ROGER DE MENECH

### Sistema nazionale delle aree di sosta per caravan

Presentata il .....

ONOREVOLI COLLEGHI ! – Come risulta evidente dalla esperienza socio-economica degli ultimi decenni, ci sono aspetti della convivenza civile che vanno disciplinati con regole uniformi per tutto il territorio nazionale e che richiedono l'esercizio di compiti amministrativi non frazionabili. È questo il caso di regole fondamentali e di compiti amministrativi fondamentali sulla sosta dei camper, caravan e altri analoghi veicoli attrezzati permanentemente per essere adibiti al trasporto e all'alloggio di persone. Del resto, questo particolare settore interseca materie in cui la competenza legislativa statale è evidente (circolazione, tutela dell'ambiente e della salute, livelli essenziali delle prestazioni, in base all'art. 117 Cost.) e la competenza amministrativa fatta ascendere al livello statale è del tutto ragionevole (in base all'art. 118 Cost.: principio di sussidiarietà). Ma pienamente consapevoli e pienamente convinti della opportunità di condividere le scelte politico-istituzionali con le autonomie regionali, secondo il principio di leale collaborazione sottolineato dalla Corte costituzionale, si è qui optato per un impianto normativo il più possibile condiviso con il sistema delle autonomie.

Intatti, la presente disciplina legislativa è assai misurata e prelude ad uno sviluppo normativo attraverso una forma inedita di regolamento di attuazione: una potestà regolamentare esercitata in modo condiviso da Stato e autonomie territoriali, con regolamento approvato dalla Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano, con una maggioranza qualificata (voto favorevole del rappresentante del Governo e di almeno due terzi dei rappresentanti regionali: v. art. 3, comma 1 della presente proposta di legge), ed emanato con decreto del Presidente della Repubblica.

L'impianto normativo è volto a costituire un sistema di capillare monitoraggio e di controllo di qualità delle aree di sosta per caravan, a beneficio della comunità e con particolare attenzione anche al tema dell'accessibilità e dell'inclusione in ambito turistico.

Aderendo alla classificazione del codice della strada, si dispone che la parola "caravan" sia comprensiva di ogni altro termine analogo (tra cui quello di "camper"; v. art. 1).

Viene istituito il marchio nazionale di qualità delle aree di sosta per caravan (v. art. 2), articolato in cinque livelli, secondo la disciplina regolamentare già indicata che è demandata alla Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome (v. art. 3). La disciplina regolamentare si atterrà alle essenziali norme di principio recate dal presente testo legislativo, in particolare:

dall'articolo 2 (elementi che caratterizzano le aree di sosta che sono d'ordine igienico-ambientale, di tutela del cosiddetto consumatore e di identità culturale);

dell'articolo 4 (collocazione delle aree di sosta: con disposizione fondamentale volta a creare ordine nella pianificazione territoriale e nel contempo volta a ridurre il consumo di suolo secondo l'aureo principio dello sviluppo sostenibile).

dell'articolo 5 (albo nazionale e sito internet delle aree di sosta: compiti amministrativi ragionevolmente non frazionabili, in base all'articolo 118 Cost.).

A regime, ogni area di sosta per caravan sarà contrassegnata dal marchio di qualità (specifico livello); ci sarà il relativo albo (capillarmente ricognitivo) e una adeguata pubblicità o conoscibilità attraverso un sito internet dedicato.

Le disposizioni per la prima attuazione della legge (art. 6) possono essere particolarmente utili al fine di accelerare l'attuazione della legge stessa:

- entro sette mesi dall'entrata in vigore della legge è disposta l'approvazione del regolamento (v. commi 1 e 2, art. 6);

- entro il mese successivo viene scelto (dalla Conferenza permanente Stato, Regioni e Province autonome) il soggetto a cui affidare: (a) la tenuta dell'albo; (b) l'attivazione del sito internet; (c) e la gestione del censimento di tutte le aree di sosta per caravan già presenti nel Paese (v. commi 3 e 4 dell'art. 6): censimento che va preliminarmente compiuto; è infatti propedeutico per l'attribuzione del marchio di qualità ad ogni area e per la costituzione dell'Albo e per l'attivazione del sito internet. Ritenendo di fondamentale significato il principio costituzionale di sussidiarietà orizzontale (in favore di soggetti privati idonei) per l'esercizio di compiti amministrativi (articolo 118, comma 4, Cost.), è affermata la preferenza di un soggetto privato (particolarmente idoneo, s'intende) per l'esercizio dei compiti ora indicati (censimento preliminare, e permanente tenuta dell'albo e del sito internet) (v. art. 5 e art. 6, comma 4). La scelta del soggetto è demandata alla Conferenza permanente per i rapporti Stato, Regioni e Province autonome (v. art. 5 e art. 6, comma 3) al fine di assicurare la più ampia riflessione e condivisione.

La disposizione sulla preferenza del soggetto privato è fatta apposta per cercare di favorire implicitamente Confedercampeggio (che potrà sensibilizzare i presidenti di regione, mediante le federazioni regionali: la scelta del soggetto spetta infatti alla Conferenza Stato-Regioni). A sua volta, la norma finanziaria (art. 7) è impostata in modo tale da consentire al soggetto privato (... in ipotesi Confedercampeggio ...) di essere il maggior beneficiario del finanziamento.

## PROPOSTA DI LEGGE

### Articolo 1

#### *(Definizione unificante)*

1. In aderenza alla disposizione definitoria dell'articolo 54, comma 1, lettera m, del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (codice della strada), s'intende per "caravan" ogni autoveicolo con o senza motore, attrezzato permanentemente per essere adibito al trasporto e all'alloggio di persone.

2. In particolare, secondo la norma del comma 1, l'espressione "camper" è assorbita dalla espressione "caravan".

## Articolo 2

### (Marchio nazionale di qualità delle aree di sosta per caravan)

1. Al fine di garantire omogeneità nelle caratteristiche dei servizi resi alla comunità, in base all'articolo 117, comma 2, lettera m, della Costituzione, è istituito il "Marchio di qualità" delle aree di sosta per caravan.

2. Il Marchio è articolato in cinque livelli- di qualità, in relazione ai seguenti elementi:

- a) servizi igienici per persone e animali d'affezione;
- b) verde di pregio e attrezzato, per riposo e svago, con particolare attenzione ai bambini e agli anziani;
- c) servizi per l'ordinaria manutenzione degli autoveicoli;
- d) servizi di informazione turistica, con particolare attenzione alla logistica, alle tariffe dei principali servizi, agli orari di apertura di siti e di esercizi, alle regole del luogo.
- e) accessibilità dell'area di sosta tenendo in considerazione le diverse esigenze delle persone non solo con disabilità. Valutazione anche in base ai principi del design for all e nel rispetto delle indicazioni contenute nella Convenzione ONU sui diritti delle Persone con disabilità, in particolare nell'art. 30

2. Il livello di qualità è attribuito a tutte le aree di sosta per caravan presenti nel territorio italiano.

## Articolo 3

### (Disciplina del Marchio nazionale di qualità delle aree di sosta per caravan)

1. Per la parte di disciplina necessariamente omogenea, su tutto il territorio nazionale, le disposizioni sono recate da fonte normativa regolamentare approvata in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano, con voto favorevole del rappresentante del Governo e di almeno due terzi dei rappresentanti degli enti territoriali.

2. La fonte regolamentare di cui al comma 1 è emanata con decreto del Presidente della Repubblica e con la denominazione di "Regolamento della Conferenza Stato, Regioni e Province autonome", e a seguire il titolo relativo all'oggetto disciplinato.

## Articolo 4

### (Collocazione delle aree di sosta per caravan)

1. Di norma le aree di sosta per caravan sono collocate:

- a) nei campeggi;
- b) nelle aree di servizio lungo le autostrade;
- c) in lotti espressamente dedicati, con decisione comunale di piano urbanistico.

2. In base al principio costituzionale fondamentale di tutela dell'ambiente, di cui all'articolo 9 della Costituzione, la collocazione di nuove aree di sosta per caravan, stabilite con provvedimento successivo all'entrata in vigore della presente legge, non può riguardare alcuna parte di territorio "vergine" o già ad uso agricolo.

3. In base al principio costituzionale fondamentale di tutela dell'ambiente, di cui all'articolo 9 della Costituzione, le aree di sosta per caravan nelle aree di servizio lungo le autostrade, sono munite di una apertura verso l'esterno, per accedere a pista ciclabile o servizio pubblico di navetta.

## Articolo 5

### (Albo nazionale e sito internet delle aree di sosta per caravan)

1. In aderenza al principio costituzionale di sussidiarietà amministrativa in favore della autonomia privata, secondo quanto dispone l'articolo 118, comma 4, della Costituzione, la tenuta dell'Albo nazionale delle aree di sosta per caravan e la realizzazione di un sito internet relativo al sistema stabilito dalla presente legge, sono compiti amministrativi d'interesse nazionale che vanno preferibilmente affidati ad un soggetto privato, scelto dalla Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano, con decisione assunta a maggioranza qualificata secondo la disposizione dell'articolo 3, comma 1.

Il sito internet dovrà avere un elevato livello di accessibilità e prevedere strumenti per personalizzare l'interfaccia da parte dell'utente per renderlo più fruibile in base alle proprie esigenze.

## Articolo 6

### (Disposizioni per la prima attuazione)

1. La prima seduta della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano, per l'approvazione della fonte regolamentare di cui all'articolo 3, è fissata entro un mese dalla data di entrata in vigore della presente legge.

2. Il regolamento di cui all'articolo 3, è approvato dalla Conferenza entro sei mesi dalla data della prima seduta, di cui al comma 1.

3. La scelta del soggetto a cui affidare i compiti di cui all'articolo 5, è effettuata dalla Conferenza entro un mese dalla approvazione del regolamento di cui all'articolo 3.

4. Al soggetto affidatario di cui al comma 3, è pure affidato il compito di gestire il propedeutico censimento delle aree di sosta per caravan presenti nel territorio italiano, attenendosi a direttive adottate dalla Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano.

5. Il censimento di cui al comma 4 è portato a termine entro un anno dall'affidamento del compito al soggetto gestore.

6. Entro sei mesi dal censimento di cui al comma 5, è attribuito ad ogni area di sosta per camper il marchio di qualità con specificazione del relativo livello, in base alla disciplina recata dalla fonte regolamentare di cui all'articolo 3.

7. Entro un mese dall'attribuzione del marchio di qualità di cui al comma 6, è attivato il sito internet di cui all'articolo 5, al fine di assicurare la pronta conoscibilità dei dati.

#### Articolo 7

##### (Disposizioni finanziarie)

1. Le spese per la realizzazione del censimento di cui all'articolo 6, commi 4 e 5, sono stimate in euro XXXX.

2. Le spese di primo allestimento dell'Albo e di costruzione del sito internet, di cui all'articolo 5, sono stimate in euro XXXX.

3. All'onere finanziario derivante dalla attuazione della presente legge si provvede ..... (da vedere se e quanto si può attingere dal fondo PNRR)

La presente legge, munita del sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.

L'Associazione Alpe Adria Plein Air di Padova realizza il suo primo progetto a Funtana, il Premium Camping Resort di Valamar

28.12.2023.

Per il nuovo anno, hanno programmato la loro prima azione congiunta, un soggiorno con 50 case auto a Funtana

Fonte: Turizmoteka / Foto: Valamar

**Di: Jerko Sladoljev**

L'Associazione Campeggi Alpe Adria di Padova è il nome di un nuovo progetto per una macro area a cielo aperto che comprende montagne, laghi, lagune, mare e città d'arte di Veneto, Slovenia, Austria e Croazia. Il futuro di questo segmento del turismo selettivo è l'ecoturismo e l'ambiente. L'attenzione è rivolta al turismo sostenibile e individuale, non al turismo di massa e anche al turismo itinerario.

Ogni sistemazione che attuano deve avere un'offerta turistica destagionalizzata in termini di itinerari ciclabili, passeggiate o altre forme di turismo che si possano definire slow ed esperienziali, in realtà green e family. Per il nuovo anno, hanno programmato la loro prima azione congiunta, un soggiorno con 50 case auto al Funtana Prime Camping Resort Istra.

In programma una cena di gala nel resort, una visita a Rovigno in barca, una gita con una ricca offerta storica e culturale, gite in bicicletta e passeggiate. Sebbene questo tipo di turismo sia spesso associato al turismo low cost, non una forma residuale di vacanza, un modo diverso per pagare meno e viaggiare di più, questi ospiti viaggiano con case auto il cui prezzo individuale è superiore a 50.000 euro, e spendono fino al 30% in più rispetto agli altri turisti.

Spesso si pensa che viaggiare con l'auto in casa in vacanza sia un tipo di turismo "sostitutivo" in concorrenza con altri tipi di strutture ricettive (hotel, ecc.). Ma questo non è vero, perché viaggiare in vacanza con l'auto a casa richiede organizzazione e costi logistici non indifferenti.

Questo progetto di cooperazione transfrontaliera completa le loro attività per il turismo all'aria aperta. Vale a dire, il loro obiettivo è che tutti gli accordi siano regolati in cooperazione e con i partner delle regioni, perché durante le attività finora c'è stata la necessità di costruire una serie di connessioni di soggetti pubblici, privati e transfrontalieri che hanno una gamma di conoscenze, competenze e potere per raggiungere funzionalmente gli obiettivi prefissati del progetto. In Slovenia collaborano con l'Associazione dei campeggiatori di Lubiana e in Croazia con il Top Camping di Parenzo.



**ALPE ADRIA**  
all'aria aperta

Il Triveneto, crocevia di popoli e di culture, presenta una varietà di ambienti che spazia dalle Dolomiti all'Alto Adriatico, dalle rive del Garda, alle propaggini del Carso.

I valori ambientali del Nord-Est sono, per il turismo, una risorsa in continua espansione. Il turismo deve assicurare l'equilibrio e il rispetto dell'ambiente, promuovere lo sviluppo e la valorizzazione del territorio attraverso l'offerta di una ricettività coerente ma priva di rilevanti cementificazioni.

In questo contesto nasce **ALPE ADRIA All'aria Aperta**, una Federazione che raggruppa e coordina altre Associazioni presenti nel territorio, con l'obiettivo di varcare i confini regionali, allargare i propri orizzonti e tessere rapporti di amicizia e di collaborazione con le locali realtà istituzionali, private e del terzo settore.

**Sabato 28 Ottobre 2023**  
**10 - 13**  
**Sala dei Chiostrì di Santa Corona**  
Contrà Santa Corona n. 4 Vicenza

**ALPE ADRIA**  
Crocevia con l'Europa  
del turismo sostenibile  
all'aria aperta

con il patrocinio di

## PROGRAMMA

**Saluti di apertura e Introduzione ai lavori**  
Modera: **Paolo Baracetti**  
Scrittore e Giornalista

**Giacomo Possamai**  
Sindaco Città di Vicenza  
**Saluti di benvenuto**

**Ministero del Turismo**  
Letture Comunicazione del Ministro del turismo

**Dario Bressan**  
Presidente, Campeggio Club Vicenza  
Presentazione di **Alpe Adria All'aria Aperta**

**Michela Bagatella**  
Club del PleinAir  
**Camper 2.0: l'evoluzione del turismo all'aria aperta nell'immaginario collettivo post Covid**

**FACILITAZIONI**  
**Area di parcheggio (auto e camper)**  
PARK BASSANO, Zona Stadio

**Area di parcheggio (solo auto)**  
Parcheggio Canove  
Contrà Canove Vicenza

**INFORMAZIONI**  
Camper Club Vicenza  
cell. +39 339 6268054  
dario.bressan@virgilio.it

**Interventi**

**Ezio Paganin, William Del Negro**  
ALPE ADRIA All'aria Aperta  
**Il progetto Aree Camper**

**Federico Caner**  
Assessore al Turismo, Regione Veneto  
**Igor Treleani**  
Consigliere Regionale, Friuli Venezia Giulia  
**Il ruolo delle Regioni per lo sviluppo del turismo itinerante interregionale**

**Jerko Sladolijev**  
Rappresentante Slovenia e Croazia  
**I progetti transfrontalieri tra pubblico e privato**

**Ludovica Sanpaolesi**  
Direttore Generale, APC  
**Turismo itinerante: Opportunità di sviluppo economico per i territori**

**Ester Bordin**  
Presidente, ASSOCAMP  
**Necessità di aree sosta**

**Alberto Granzotto**  
Presidente FAITA, Nord Est Federcamping  
**Le aspettative dei campeggiatori e gli investimenti necessari per soddisfarle**

**Testimonianze**

**Nunzio Pocchiesa**  
Presidente, Regola di Padola  
**L'Area Camper come contributo di sviluppo turistico, economico e socioculturale del proprio territorio**

**Gianantonio Palezza**  
Presidente, Campeggio Club Udine APS  
**Il Club come soggetto sociale e di promozione socioculturale del territorio**

**Ennio Vigne**  
Presidente, Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi  
**Il Parco come risorsa**

**Annalisa Di Lenardo**  
Presidente, Parco delle Prealpi Giulie  
**Contributo storico, culturale ed economico del turismo itinerante nel Triveneto**

**Fabio Bristot**  
Direzione Nazionale CNSAS  
**Il ruolo dell'informazione, prevenzione e vigilanza, connesse alla frequentazione a scopo turistico e ricreativo dell'ambiente montano**

**Al termine dei lavori seguirà un rinfresco**



sala del convegno



Rinfresco offerto da Bonometti Centrocaravan



**ALPE ADRIA**

*all'aria aperta*