

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E POLITICHE

**CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELL'ECONOMIA E
DELLA GESTIONE AZINEDALE**

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

TESI DI LAUREA

**ANALISI DI MERCATO E STUDIO DI DOMANDA
POTENZIALE: CASE MOBILI ALL'INTERNO DELLE
STRUTTURE RICETTIVE ALL'APERTO**

DOCENTE relatore: Prof. MARCO ALDERIGHI

STUDENTE: Matricola N. 19 C05 657 Matvei Lomovskikh

ANALISI DI MERCATO E STUDIO DI DOMANDA POTENZIALE: CASE MOBILI ALL'INTERNO DELLE STRUTTURE RICETTIVE ALL'APERTO

Introduzione	3
1 Situazione attuale del mercato turistico e ricettivo	4
1.1 Il settore turistico in Italia	4
1.2 Il settore ricettivo in Italia.....	6
1.2.1 Movimento dei turisti	7
1.3 Campeggi e villaggi turistici.....	9
1.3.1 Analisi qualitativa del settore.....	12
1.3.2 Regioni italiane e strutture ricettive all'aperto.....	15
2 Case mobili all'interno delle strutture ricettive all'aperto	21
2.1 Casa mobile e le sue caratteristiche.....	21
2.2 La normativa vigente dell'utilizzo di case mobili all'interno delle strutture ricettive all'aperto.....	23
2.3 Evoluzione nel tempo di spazi ricettivi all'aperto.....	25
2.4 Case mobili – una nuova forma di turismo sostenibile all'aria aperta	27
3 Indagine di mercato	29
3.1 L'indagine statistica	29
3.2 Analisi descrittiva.....	30
3.2.1 I dati anagrafici	30
3.2.2 Preferenze sulle vacanze.....	35
3.3 Propensione al cambiamento della struttura ricettiva a favore delle case mobili	46
3.4 Stima della domanda potenziale.....	57
Conclusioni	64
Bibliografia	65
Appendice	66

Introduzione

Alla base della presente tesi di laurea triennale vi è la volontà di analizzare e, di conseguenza, comprendere le possibilità di espansione del mercato italiano delle case mobili. Visto che le case mobili sono degli allestimenti per il pernottamento nelle strutture ricettive all'aperto, si è voluto inizialmente comprendere le dinamiche del settore ricettivo italiano in generale e, successivamente, il posizionamento dei campeggi e villaggi turistici. Per poter disporre di informazioni sufficienti, è stato predisposto un questionario per valutare le possibilità di sostituzione della struttura ricettiva abituale con il pernottamento in una *mobile home*.

L'elaborato si struttura in tre capitoli. Il primo si occupa di fornire una descrizione dell'andamento recente del settore turistico e del relativo comparto ricettivo italiano. Successivamente, viene analizzato più nello specifico il settore dei campeggi e dei villaggi turistici, con particolare attenzione alla composizione del settore, al movimento turistico ed alla capacità degli esercizi ricettivi.

Il secondo capitolo descrive le caratteristiche principali delle case mobili e le peculiarità relative al loro utilizzo all'interno delle strutture ricettive all'aperto.

Infine, nel terzo capitolo viene realizzata una stima della domanda potenziale del soggiorno in una casa mobile da parte dei turisti residenti in Italia.

1 Situazione attuale del mercato turistico e ricettivo

1.1 Il settore turistico in Italia

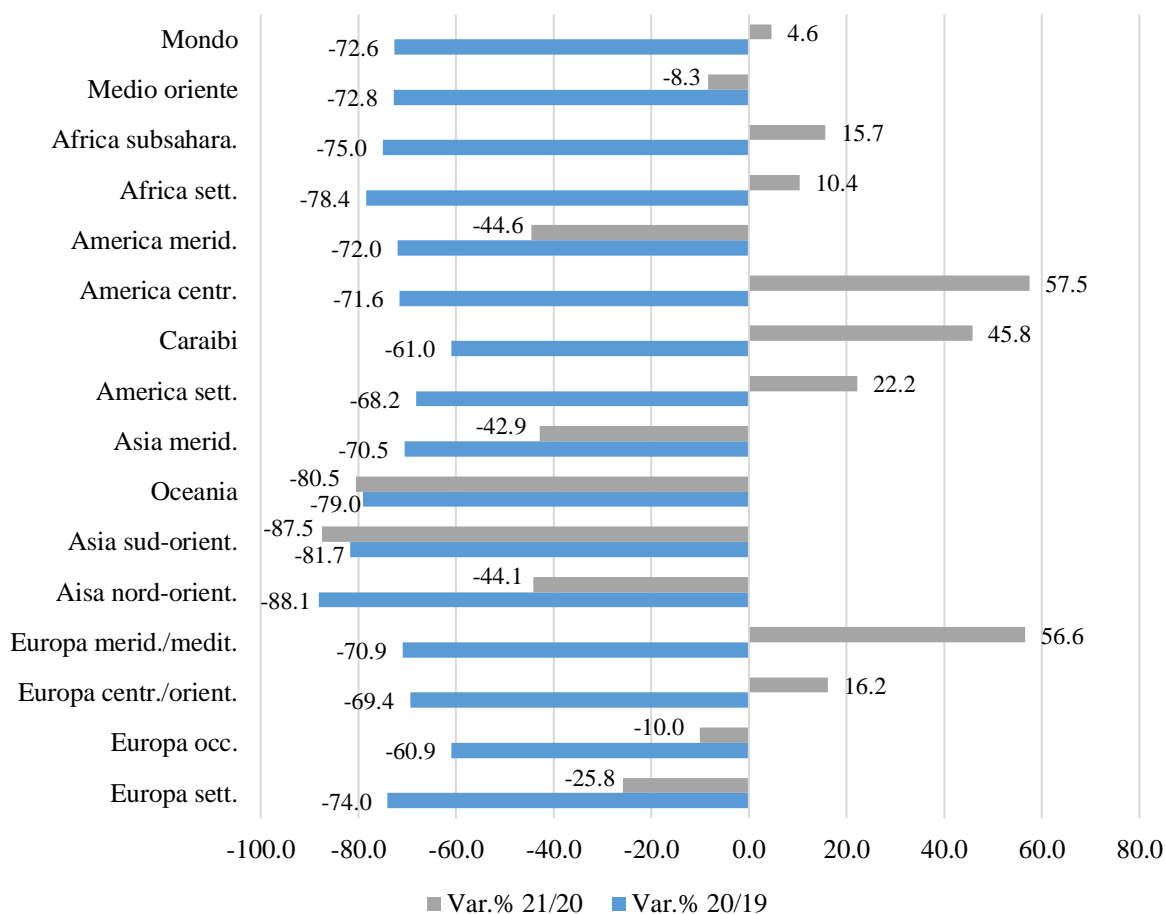
Il comparto turistico italiano è uno dei settori chiave dell'economia nazionale, in quanto genera direttamente il 5% del PIL ed incide indirettamente sul 13% dello stesso¹. Per quanto riguarda la creazione dei posti di lavoro, questo settore rappresenta il 6% dell'occupazione diretta e il 15% dell'occupazione indiretta. In questo ambito rientrano tutte le aziende che sono più o meno legate al turismo: le imprese ricettive, di ristorazione, di trasporti e di qualsiasi altra attività che possa essere collegata al turismo.

Nel 2021 il settore turistico mondiale ha registrato una lieve ripresa dopo il crollo del 2020 causato dalla pandemia Covid-19. Secondo le stime dell'OMT², i flussi turistici internazionali nel mondo sono aumentati del 4,6% rispetto al 2020, ma restano comunque del 71,3% al di sotto del livello raggiunto nel 2019. Tuttavia, l'area dell'Europa meridionale, nella quale è compreso anche il territorio italiano, ha registrato dei risultati nettamente migliori, in quanto i movimenti internazionali registrati nel 2021 hanno superato la media mondiale del 52% (Figura 2.1).

¹ FederAlberghi, 2022 – rapporto “Trend e statistiche sull'economia del turismo”, edizione maggio 2022.

² OMT – Organizzazione Mondiale del Turismo, UNWTO – “World Tourism Barometer”, gennaio 2022

Figura 2.1 – Arrivi turistici internazionali nelle aree del mondo.



Fonte: UNWTO³.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) a partire dal 2003 redige periodicamente la rivista in cui analizza la situazione del mercato turistico e l'andamento dei flussi turistici internazionali con una successiva stima delle prospettive future. Nell'edizione di maggio 2022 l'organizzazione ha confermato il trend crescente osservato nel 2021 per l'anno 2022 e, secondo le previsioni, la crescita del settore sarà tra il 30% e il 78%. Il grafico dell'andamento e la stima dello stesso sono presenti nell'appendice B.

Come si può notare dal grafico, i valori stimati dall'UNWTO non sono sufficienti per garantire il ritorno dei livelli pre-pandemici. Inoltre, la ripresa del settore è minacciata da molti fattori che ne potrebbero compromettere le dinamiche e resta ancora debole ed irregolare. In particolare:

³ United Nations World Tourism Organization, UNWTO – “World Tourism Barometer”, gennaio 2022

- il conflitto in Ucraina, la sua durata ed estensione maggiori possono aggravare notevolmente la situazione economica globale;
- la chiusura degli spazi aerei di Russia ed Ucraina causano deviazioni nei collegamenti aerei allungando i tempi di volo ed incidendo sui costi dei biglietti;
- l'aumento del prezzo del petrolio e dell'inflazione generale hanno un effetto negativo sia sul potere d'acquisto che sui risparmi dei consumatori;
- infine, la ripresa del turismo dipende da un'equa distribuzione dei vaccini e protocolli di sicurezza ed igiene applicati nei paesi che non hanno ancora raggiunto successo nelle relative campagne di vaccinazione.

1.2 Il settore ricettivo in Italia

Il segmento ricettivo del settore turistico comprende varie tipologie di strutture che sono autorizzate ad offrire un soggiorno per i viaggiatori. Il Decreto legislativo n. 79/2011 individua tre principali tipologie di strutture ricettive:

1. strutture ricettive alberghiere e paralberghiere che includono alberghi, *motels*, residenze turistico alberghiere, *bed & breakfast* a gestione imprenditoriale, centri SPA;
2. strutture ricettive extralberghiere che comprendono affittacamere, *bed & breakfast* gestiti da privati, unità abitative ammobiliate ad uso turistico, case per ferie, ostelli per la gioventù, agriturismi ed etc.;
3. strutture ricettive all'aperto, ovvero, campeggi, villaggi turistici, soste per camper e parchi di vacanza;

Osservando i dati relativi all'andamento del settore negli ultimi 20 anni si può sottolineare 2 principali dinamiche. La prima si conferma in un processo continuo di ristrutturazione delle strutture, ovvero, negli anni si è osservato un costante calo del numero delle strutture disponibili abbinato all'incremento del numero di posti letto all'interno delle strutture singole.

Inoltre, il processo di modernizzazione ha segnato l'uscita dal mercato delle aziende di dimensioni più piccole o la loro conversione verso i livelli più elevati di offerta dei servizi. Riassumendo, malgrado la diminuzione del numero degli esercizi ricettivi, negli anni 2000-2020 si osserva una forte crescita qualitativa dei servizi offerti. Per esempio, il numero di alberghi 4 stelle si è aumentato più di due volte in 20 anni (Tabella 2.1).

Tabella 2.1 – L’offerta alberghiera.

Categorie	Esercizi	Var. % 20/00	Letti	Var.% 20/00	Dim. media		Utilizz. netta	
					2020	2000	2020	2000
5 e 5L stelle	571	335,9	85.124	250,7	149,1	185,3	23,9	60,1
4 stelle	6.144	126,8	821.386	120,3	133,7	137,6	29,1	49,2
3 stelle + R.T.A. ⁴	17.794	26,5	1.100.845	14,4	61,9	68,4	31,6	43,8
2 stelle	5.236	-44,8	163.850	-50,7	31,3	35,0	26,1	37,0
1 stella	2.457	-64,7	58.059	-64,3	23,6	23,4	21,0	29,4
Totale	32.202	-3,5	2.229.264	20,2	69,2	55,6	29,7	42,7

Fonte: Istat, dati relativi all’anno 2020.

Dai dati riportati nella tabella precedente si può osservare anche una forte diminuzione dell’indice di utilizzazione netta, ovvero il rapporto tra le giornate-camera occupate e il numero di giornate letto di effettiva apertura. Questo fatto non può essere considerato rilevante poiché è dovuto al calo di domanda registrato nel 2020 e descritto più approfonditamente nel capitolo successivo.

1.2.1 Movimento dei turisti

Dal 2014 il settore ricettivo è stato caratterizzato da una sostanziale stabilità e una crescita sostenuta. Essa è stata più marcata durante il triennio 2015-2017 con un successivo rallentamento nel biennio 2018-2019 (Figura 2.2). Tuttavia, il trend di crescita si è bruscamente interrotto nel 2020 generando uno shock senza precedenti causato dalla pandemia Covid-19. Per ragioni collegate alla forte limitazione di mobilità internazionale, la crisi ha colpito maggiormente il mercato estero rispetto a quello domestico, in primis Stati Uniti (-92,6%) e Cina (-90,3%).

⁴ Residenze turistico-alberghiere – strutture simili agli alberghi, ma la loro offerta è composta principalmente dagli alloggi indipendenti.

Figura 2.2 – Presenze alberghiere anni 2010-2020.

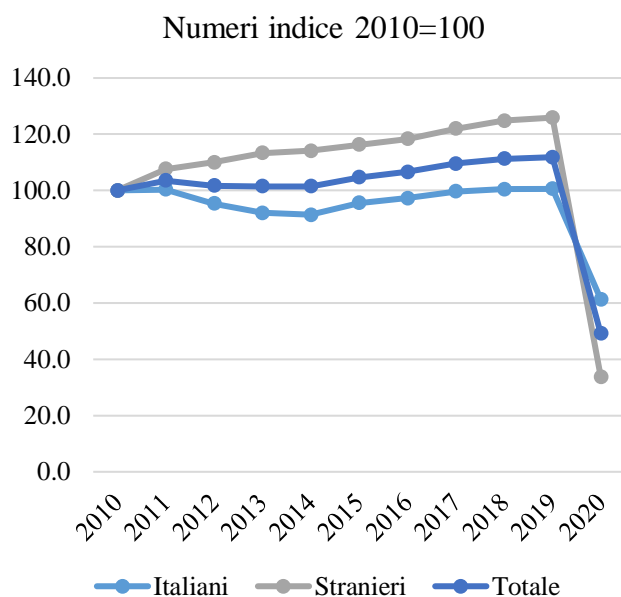


Tabella 2.2 – Variazioni in % delle presenze su anno precedente.

Anno	Var. % su anno precedente		
	Italiani	Stranieri	Totale
2011	0,3	7,6	3,5
2012	-5,0	2,2	-1,7
2013	-3,4	3,0	-0,3
2014	-0,7	0,8	0,1
2015	4,5	1,8	3,1
2016	1,8	1,8	1,8
2017	2,5	3,1	2,8
2018	0,8	2,3	1,6
2019	0,1	0,9	0,5
2020	-39	-73,2	-56,1

Fonte: banca dati Istat.

Per quanto riguarda gli esercizi extralberghieri, essi hanno subito delle perdite più contenute rispetto al settore alberghiero; in particolare, gli arrivi del comparto si sono ridotti del 50,3%, ovvero, 10 punti percentuali in meno rispetto al calo registrato dagli alberghi (Tabella 2.3).

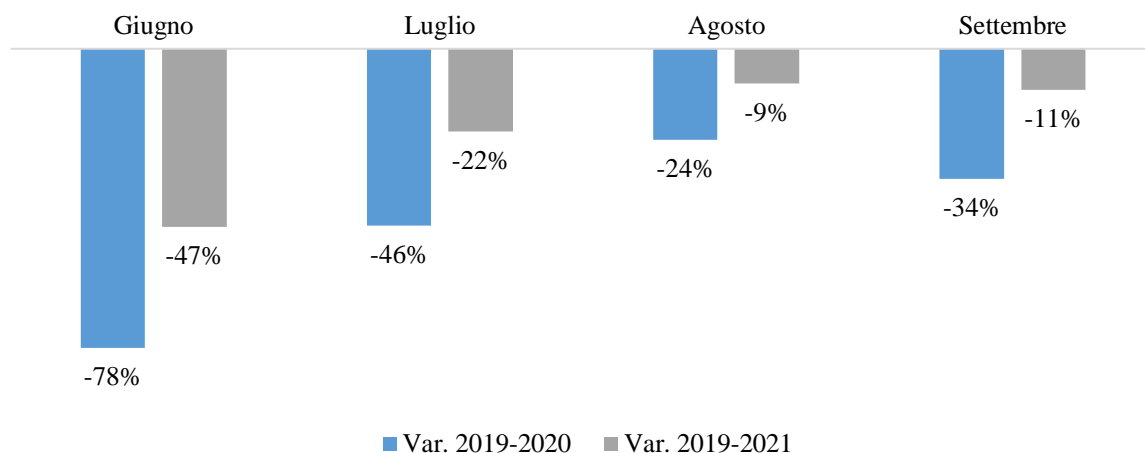
Tabella 2.3 – Domanda turistica, confronto tra comparto alberghiero ed extralberghiero.

Tipologie	Arrivi (migliaia)	Var. % 20/19	Var. % 20/10	% Presenze straniere	
				2020	2010
Esercizi alberghieri	39.027	-60,1	-50,8	30,5	44,4
Esercizi extralberghieri	16.675	-50,3	-14,2	32,7	43,1

Fonte: Istat, dati relativi al 2020.

Infine, con riferimento al 2021, i dati delineano la situazione in recupero, tuttavia insufficiente a compensare le gravi perdite che si sono verificate nel 2020 (Figura 2.3). Per quanto riguarda le componenti della domanda, la crescita risulta essere più consistente per i flussi provenienti dall'estero (il 52% contro il 25%).

Figura 2.3 – Presenze negli esercizi ricettivi nel periodo estivo, anni 2019-2021.



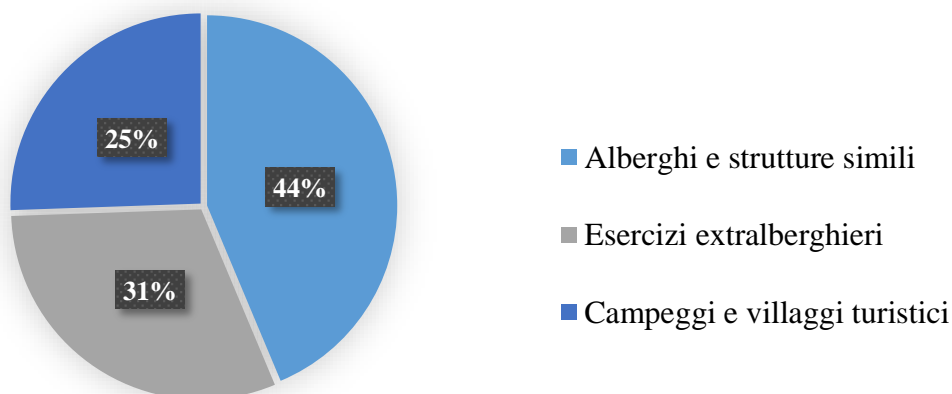
Fonte: banca dati Istat.

Riassumendo ciò che è stato detto in precedenza si può affermare che i dati dell'anno 2019 risultano essere i più conformi per una successiva analisi dato che sono disponibili tutte le informazioni necessarie all'analisi di domanda e i flussi turistici non sono stati influenzati da fattori esogeni al mercato.

1.3 Campeggi e villaggi turistici

I campeggi e villaggi turistici occupano un posto importante nell'offerta turistica nazionale in quanto la loro quota dei posti letto disponibili rappresenta il 25% del totale in tutta l'Italia (Figura 2.4).

Figura 2.4 – Numero posti letto esercizi ricettivi.



Fonte: banca dati Istat, anno 2019.

È importante notare che le strutture ricettive all'aperto si differenziano dalle altre tipologie per il numero medio dei posti letto che offrono. Infatti, un campeggio e un villaggio turistico in media hanno 505 posti letto, ovvero, rispettivamente 7 e 58 volte superiore ai numeri relativi agli alberghi e strutture extralberghiere (Tabella 2.4). Questa particolarità è dovuta a dei costi convenienti di predisposizione di alcune strutture ricettive, in particolare, delle piazzole per tende o camper.

Tabella 2.4 – Capacità degli esercizi ricettivi.

	Alberghi e strutture simili	Esercizi extralberghieri	Campeggi e villaggi turistici	Totale esercizi ricettivi
Posti letto	2.260.490	1.592.846	1.322.467	5.175.803
Numero strutture	32.730	182.981	2.616	218.327
Posti letto per struttura	69,06	8,70	505,53	23,71

Fonte: banca dati Istat, anno 2019.

Per quanto riguarda il movimento turistico nei campeggi e villaggi turistici, esso rappresenta circa il 15% delle presenze registrate nell'anno 2019. È importante notare una permanenza media nei campeggi e villaggi turistici decisamente superiore alle altre tipologie di strutture ricettive (Tabella 2.5).

Tabella 2.5 – Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi.

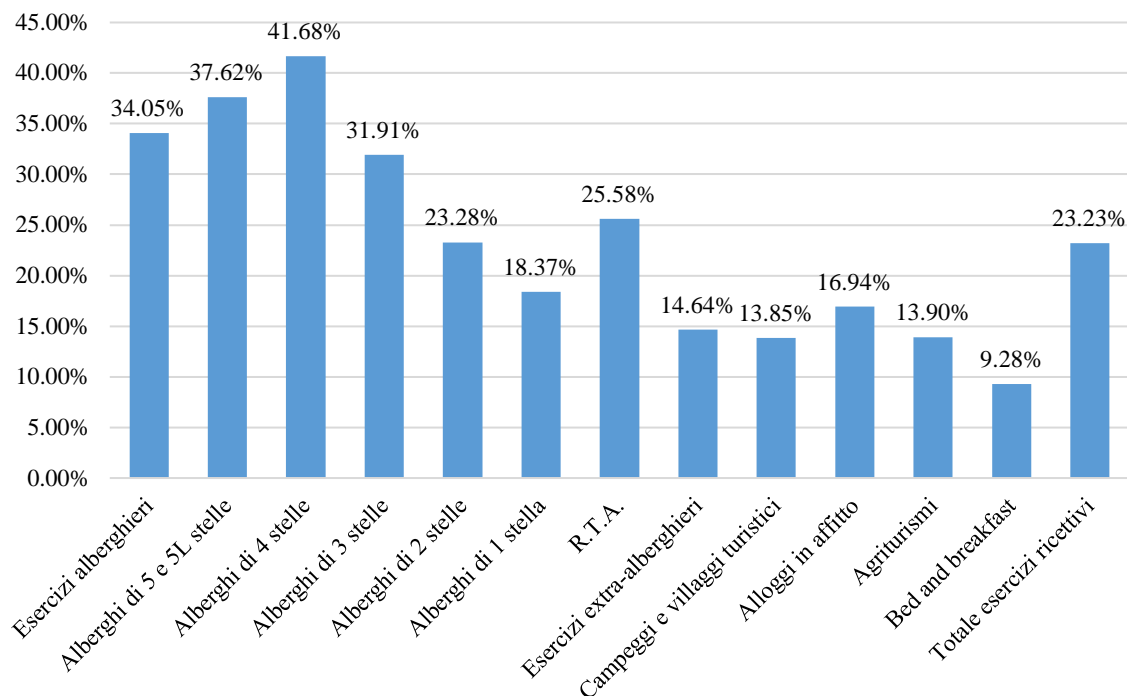
	Alberghi 4 stelle	Alberghi 3 stelle	Altri esercizi alberghieri	Strutture extralberghiere	Campeggi e villaggi turistici	Totale esercizi ricettivi
Arrivi	28,46%	24,47%	11,39%	20,37%	15,31%	100,00%
Presenze	36,29%	27,49%	10,66%	17,73%	7,83%	100,00%
Permanenza media	2,61	2,96	3,55	3,82	6,50	3,32

Fonte: banca dati Istat, anno 2019.

Successivamente, mettendo a confronto le presenze con i posti letto disponibili, si può ricavare il tasso di occupazione lordo annuo, ovvero, il numero indice che rivela quanti giorni all'anno un posto letto è stato occupato ma senza considerare i giorni di chiusura della struttura. Dai dati presentati nella Figura 2.5 risulta che i campeggi e villaggi hanno il tasso di riempimento dei

posti disponibili il più alto tra gli esercizi extralberghieri, ma esso risulta essere dimezzato rispetto ai dati registrati nelle strutture alberghiere (il 16,94% con il 34,05%).

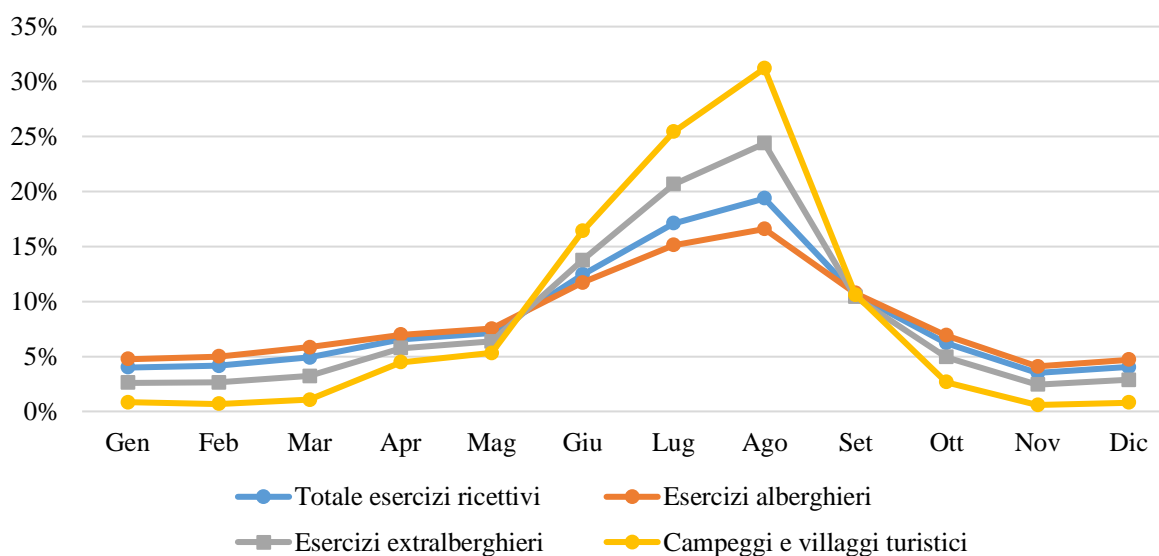
Figura 2.5 – Tasso di occupazione lordo annuo.



Fonte: Istat, dati relativi al 2019.

Infine, per concludere l'analisi del posizionamento dei campeggi e villaggi turistici è utile confrontare l'andamento mensile delle presenze registrate negli alberghi, strutture extralberghiere o campeggi e villaggi turistici. Tutte e tre tipologie presentano una forte stagionalità, ovvero, la maggior parte delle presenze si osserva nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre con il picco massimo ad agosto. Tuttavia, i campeggi e villaggi turistici presentano una differenza maggiore rispetto alle altre tipologie delle strutture ricettive tra il numero delle presenze registrate nei 4 mesi estivi ed il numero delle presenze registrate nella parte restante dell'anno. Per esempio, le presenze registrate nei 4 mesi rappresentano l'84% delle presenze annue per le strutture ricettive all'aperto, il 69% per le strutture extralberghiere, il 54% per le strutture alberghiere. Per quanto riguarda la media osservata per l'insieme delle strutture ricettive italiane, nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre si registrano il 60% delle presenze annue.

Figura 2.7 – Presenze mensili nelle strutture ricettive, valori relativi al totale delle presenze registrate nel 2019.



Fonte: Istat, dati relativi all'anno 2019.

1.3.1 Analisi qualitativa del settore

Nel 2014 l'Agenzia delle Entrate ha condotto lo studio del settore delle strutture ricettive all'aperto⁵. Nel documento sono stati individuati 7 gruppi omogenei in base ai seguenti fattori: tipologia di servizi offerti, dimensione e tipologia di utenza.

Il primo *cluster* individuato comprende le “strutture ricettive all'aperto con servizi accessori a gestione diretta”, ovvero, sono dei campeggi o villaggi turistici che gestiscono direttamente i servizi accessori come il servizio di ristorazione, bar, spaccio alimentare. Inoltre, queste strutture ricettive dispongono in media di 82 piazzole per l'utilizzo della propria attrezzatura da campeggio assieme alle 14 strutture fisse come bungalow o appartamenti. Il 40% dei ricavi deriva dai periodi di sosta superiori a 3 giorni, invece il 39% dalle soste inferiori al periodo di 3 giorni.

La seconda tipologia individuata è costituita dai “campeggi di transito”, ovvero sono le imprese che forniscono prevalentemente l'affitto di piazzole per un periodo di sosta fino a 3 giorni. Le

⁵ Agenzia delle Entrate, 2014 – “Studio di settore WG58U”.

strutture sono dotate di 85 piazzole. In media queste strutture ricettive all'aperto occupano 2-3 addetti.

I villaggi turistici costituiscono il terzo cluster individuato dall'Agenzia delle Entrate che comprende le imprese dotate prevalentemente di unità abitative che vengono date in locazione. I complessi ricettivi in media sono dotati di 35 bungalow e appartamenti (60% dei ricavi) e nel 43% dei casi anche di 81 piazzole (29% dei ricavi).

Il quarto *cluster* comprende “campeggi con utenza a forfait”, ovvero sono le imprese che offrono prevalentemente l'affitto di piazzole per l'utilizzo della propria attrezzatura da campeggio a periodi mensili/stagionali/annuali. Dal punto di vista strutturale, le imprese sono dotate in media di 84 piazzole e nel 41% dei casi di 10 bungalow o appartamenti (che generano il 15% dei ricavi).

La quinta tipologia viene denominata “strutture ricettive all'aperto di più grandi dimensioni”. Le imprese del *cluster* sono in media dotate di 461 piazzole e 70 bungalow e appartamenti. Nel 43% dei casi è possibile affittare 84 caravan o roulotte. Le strutture ricettive inoltre sono dotate di un'area per impianti sportivi, un'area di ristorazione e 1 o 2 piscine. I ricavi delle imprese provengono prevalentemente (il 52%) dagli utenti con un periodo di sosta superiore a 3 giorni. Gli utenti con un periodo di sosta inferiore a 3 giorni rappresentano il 23% dei ricavi e utenti a forfait (affitto mensile/stagionale/annuo) il 22%.

Nel sesto *cluster* sono inclusi i campeggi, ovvero le strutture ricettive la cui l'attività è organizzata attorno all'affitto delle piazzole (il 73% dei ricavi). Le imprese sono dotate in media di 254 piazzole e, oltre a ciò, di 17 bungalow e appartamenti che rappresentano solo il 16% dei ricavi. All'interno delle strutture è possibile affittare anche dei caravan o roulotte (disponibilità media di 18 unità). Le imprese di questo tipo sono inoltre dotate di un'area per impianti sportivi e di un'area di ristorazione.

L'ultimo raggruppamento delle strutture ricettive all'aperto è denominato “villaggi turistici con servizio di mezza pensione e/o pensione completa”. In altre parole, le imprese forniscono il servizio di pensione completa (il 55% dei ricavi) all'interno delle strutture di pernottamento come bungalow e appartamenti (disponibilità media di 131 unità) e il servizio di mezza pensione (14% dei ricavi). Inoltre, per il 54% delle imprese il 33% dei ricavi deriva dal solo affitto degli allestimenti fissi. Le strutture ricettive di questo tipo solitamente dispongono di un ristorante e 2 bar a gestione diretta.

Mettendo assieme i dati elencati sopra si può ricavare la media ponderata del numero di mezzi di pernottamento per struttura. Questi dati sono rappresentati nella Tabella 2.6.

Tabella 2.6 – Numero allestimenti per tipologia all'interno delle strutture ricettive all'aperto.

N° cluster	Numerosità imprese	Media per cluster		
		n. piazzole	n. unità abitative	n. caravan/roulotte in affitto
1	284	82	14	0
2	365	85	0	0
3	498	35	35	0
4	441	84	4	0
5	107	461	70	84
6	205	254	17	7
7	100	0	131	0

Fonte: Agenzia delle Entrate, studio del settore WG58U.

Utilizzando i valori contenuti nella tabella 2.6 si può ricavare la media ponderata, ovvero, il valore medio per il settore dei campeggi e villaggi turistici delle strutture a disposizione del cliente.

È stata usata la seguente formula per calcolare il valore della media ponderata del campione:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i}$$

dove x_i sono i valori osservati della media del cluster, p_i sono i relativi pesi, ovvero, le quote delle imprese del *cluster* sul totale del campione osservato.

I valori ottenuti sono riportati nella Tabella 2.7.

Tabella 2.7 – Numero allestimenti all'interno delle strutture ricettive all'aperto.

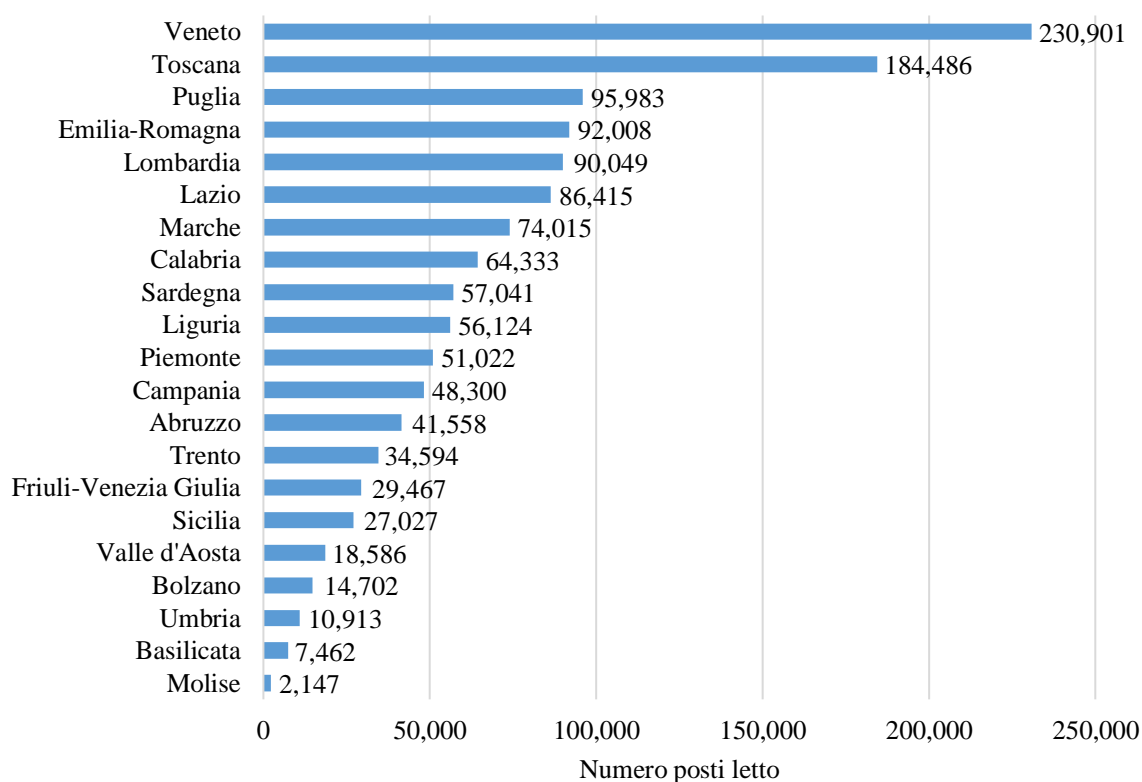
	Piazzole	Unità abitative	Caravan/roulotte in affitto
Media ponderata	105,05	23,64	5,20
Percentuale dei posti letti disponibili per struttura	78%	18%	4%
Numero complessivo posti letto	1.037.609	233.544	51.314

1.3.2 Regioni italiane e strutture ricettive all'aperto

Nella parte seguente dell'elaborato verrà esaminato in dettaglio il mercato delle strutture ricettive all'aperto nelle varie regioni italiane. Così, si è cercato di stabilire, in un primo momento, quali zone italiane presentano un numero maggiore di turisti che pernottano nelle strutture ricettive all'aperto. Successivamente, si è cercato di esaminare le caratteristiche specifiche della domanda, ovvero la sua provenienza e la sua stagionalità.

Riprendendo il tema dell'offerta di pernottamento nei campeggi e nei villaggi turistici, si può riportare il numero per regione dei posti letto presenti nelle strutture ricettive all'aperto. I dati sono rappresentati nella Tabella 2.7.

Figura 2.7 – Posti letto nei campeggi e villaggi turistici.



Fonte: banca dati ISTAT, anno 2019.

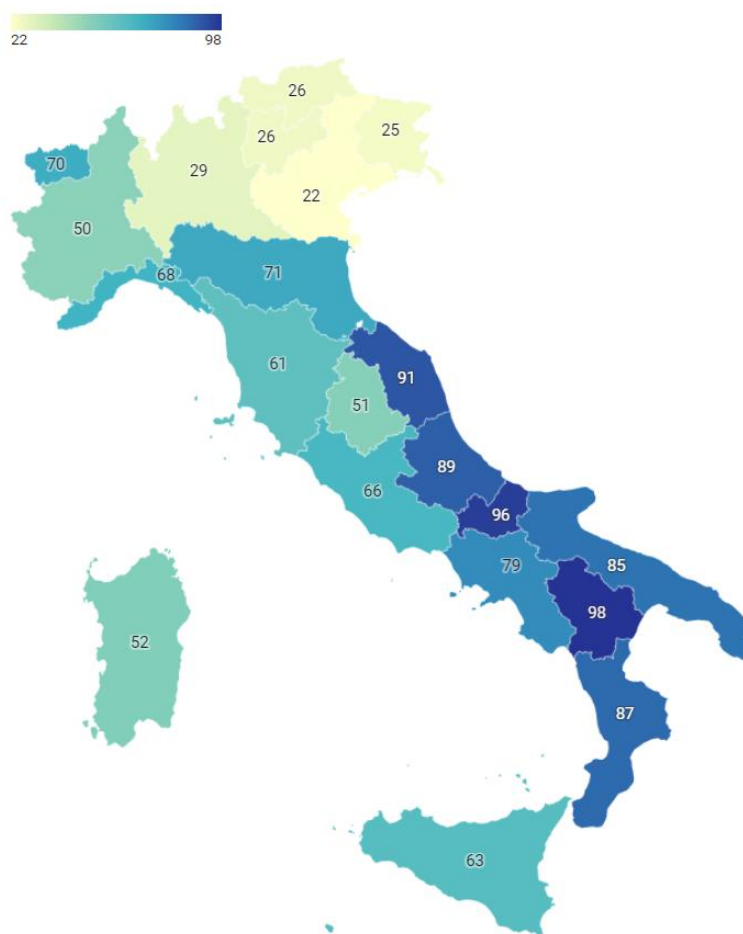
Dalla tabella si nota che le strutture ricettive all'aperto hanno avuto una maggiore diffusione in termini relativi alle altre zone d'Italia nelle regioni come Veneto e Toscana. Le due regioni, congiuntamente, rappresentano circa il 31% dell'offerta nazionale dei posti letto disponibili per il pernottamento turistico nei campeggi e nei villaggi turistici. Oltre alle due regioni indicate in precedenza, si trovano al di sopra del livello medio di offerta altre 5 regioni italiane: Puglia,

Emilia-Romagna, Lombardia, Lazio e Marche. Queste regioni rappresentano in media il 6,63% del numero complessivo di posti letto registrato per i campeggi e per i villaggi turistici. Infine, le regioni che hanno un'offerta minore di pernottamento nelle strutture ricettive all'aperto sono Umbria, Basilicata e Molise (rappresentano complessivamente circa il 1,55% dell'offerta nazionale).

Successivamente all'offerta, è stata analizzata la domanda per il pernottamento nei campeggi e nei villaggi turistici. In un primo luogo si è deciso di analizzare la composizione delle domande regionali in termini della residenza dei turisti che hanno soggiornato nelle case mobili nell'anno 2019. In particolare, si è deciso di evidenziare il numero delle presenze registrate per la popolazione residente in Italia poiché questo dato sarà importante per l'applicazione della stima della domanda potenziale presente nell'ultima parte di questo elaborato⁶. Nella Figura 2.8 sono riportati i dati sulla percentuale dei pernottamenti per regione nei campeggi e nei villaggi turistici da parte della popolazione residente in Italia.

⁶ La stima della domanda potenziale si è concentrata sulle preferenze della popolazione residente in Italia in quanto il questionario è stato proposto quasi esclusivamente ai turisti italiani.

Figura 2.8 – Percentuale dei pernottamenti per regione nei campeggi e nei villaggi turistici da parte della popolazione residente in Italia.



Fonte: banca dati ISTAT, anno 2019.

Dai valori riportati nella figura precedente si osserva che la parte settentrionale dell'Italia presenta un numero inferiore rispetto alla media nazionale⁷ della domanda di pernottamento nelle strutture ricettive all'aperto da parte dei turisti residenti in Italia. Ovvero, la media regionale registrata tra le regioni di Lombardia, Trentino – Alto Adige, Veneto e Friuli-Venezia Giulia è circa del 25%. Congiuntamente, queste regioni rappresentano circa il 41% della domanda complessiva e circa il 19% della domanda da parte dei residenti in Italia del pernottamento nei campeggi e villaggi turistici.

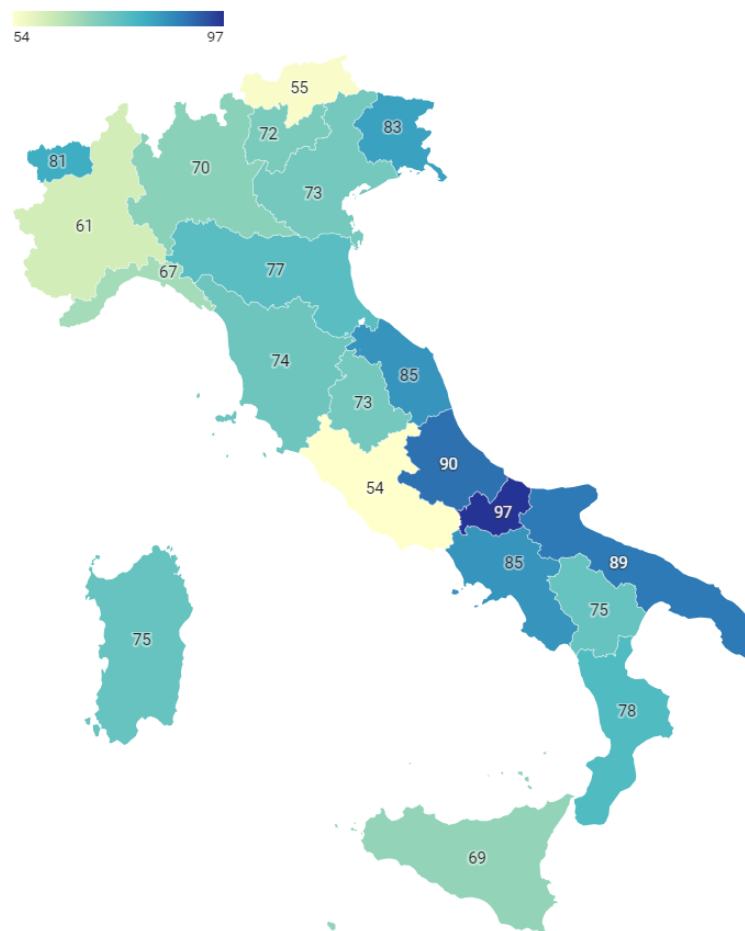
Al contrario, la parte meridionale e centrale dell'Italia, in particolare la costa adriatica, raffigurano la maggioranza delle presenze registrate per i turisti provenienti dal territorio

⁷ In media, circa il 50% delle persone che hanno pernottato nelle strutture ricettive all'aperto provengono dall'estero. La seconda metà rappresenta la domanda proveniente dai turisti residenti in Italia.

italiano. Così, osservando i dati per le regioni come Marche, Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata e Calabria, circa il 90% di coloro che soggiornano nei campeggi o nei villaggi turistici sono residenti in Italia. Congiuntamente, queste regioni rappresentano circa il 18% della domanda complessiva e circa il 29% della domanda da parte dei residenti in Italia che pernottano nei campeggi e villaggi turistici.

Nella terza parte dell'analisi riguardante i flussi turistici nelle strutture ricettive all'aperto si esaminano i dati mensili delle presenze, più precisamente, la stagionalità dei dati osservati. In altre parole, poiché le strutture ricettive all'aperto hanno la stagionalità maggiore tra le tipologie osservate (Figura 2.7) si è deciso di confrontare la percentuale delle presenze registrate nei mesi di giugno, luglio e agosto tra le varie regioni per stabilire se ci sono delle regioni che hanno una stagionalità dei flussi turistici meno marcata. I dati in oggetto sono riportati nella Figura 2.9.

Figura 2.9 – Percentuale delle presenze registrate nei mesi di giugno, luglio ed agosto nelle regioni italiane.



Fonte: banca dati Istat, anno 2019.

Dalla figura precedente si può notare che il Lazio, la provincia autonoma di Bolzano ed il Piemonte registrano circa il 54%, il 55% ed il 61% rispettivamente delle presenze nel periodo delle vacanze estive. Tuttavia, il Lazio segnala dei flussi turistici quasi costanti nei mesi non presi in considerazione nella figura precedente (circa il 5% delle presenze mensili), mentre la zona del Südtirol e la Lombardia hanno registrato una forbice maggiore tra le presenze mensili del periodo invernale⁸ ed il periodo della mezza stagione⁹, a favore dell'ultimo (in media, circa il 2% e l'8% rispettivamente).

Per quanto riguarda il resto dell'Italia si registra in media circa il 75% delle presenze nei mesi di giugno, luglio ed agosto. Tuttavia, ci sono delle regioni che presentano una stagionalità più marcata delle altre. Così, le regioni che si affacciano sul mar Adriatico, come Marche, Abruzzo, Molise e Puglia registrano in media circa l'88% delle presenze annue nei campeggi e nei villaggi turistici nei mesi estivi elencati sopra e rappresentano congiuntamente circa il 13% della rispettiva domanda turistica.

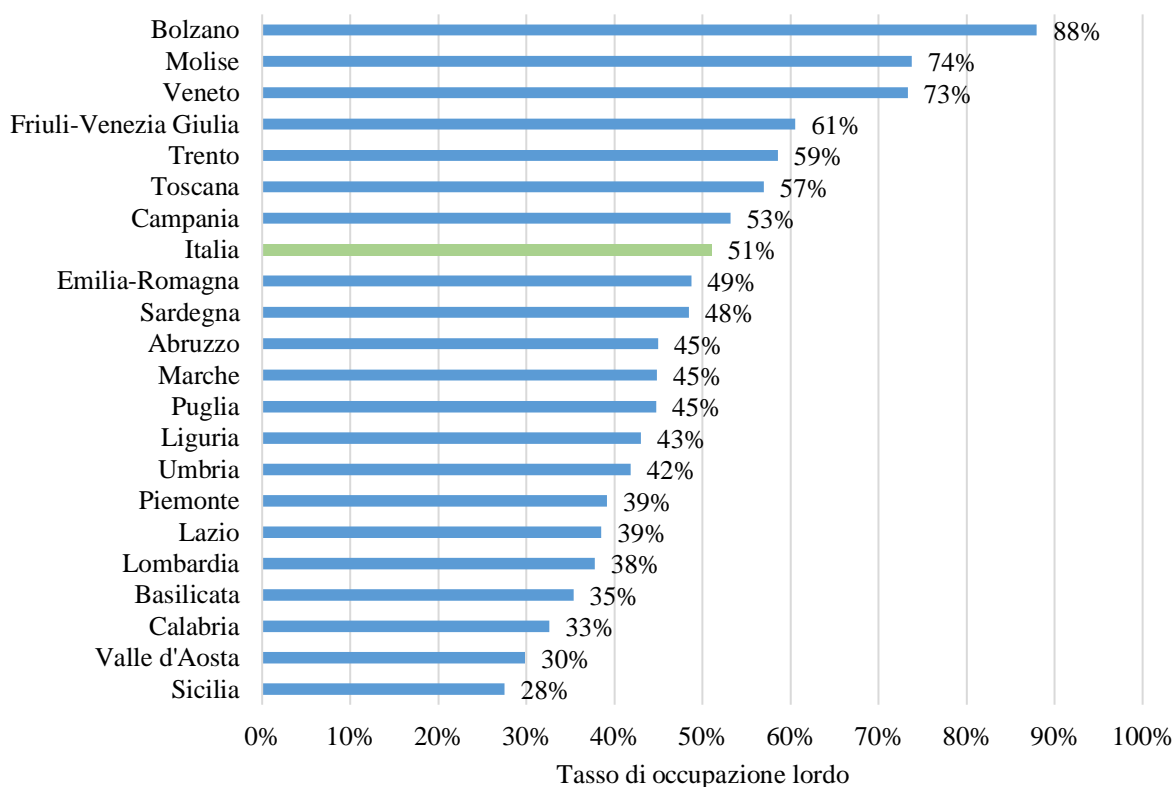
Infine, per concludere l'analisi dei flussi turistici regionali nelle strutture ricettive all'aperto, è stato deciso di confrontare le regioni in base al tasso di occupazione lordo delle strutture nel mese di agosto¹⁰. Di conseguenza, si è potuto analizzare congiuntamente sia la domanda che l'offerta delle strutture ricettive all'aperto nelle varie regioni italiane. I dati ricavati sono riportati nella Figura 2.10.

⁸ Sono stati considerati i seguenti mesi: novembre, dicembre, gennaio, febbraio e marzo.

⁹ Sono stati considerati i seguenti mesi: aprile, maggio, settembre ed ottobre.

¹⁰ È stato scelto il mese di agosto in quanto rappresenta la domanda massima per tutto il settore ricettivo.

Figura 2.10 – Tasso di occupazione lordo dei campeggi e dei villaggi turistici per regione.



Osservando i dati, si può affermare che nelle strutture ricettive all'aperto del nord-est italiano rispetto al resto del territorio, l'offerta del pernottamento incontra la domanda in modo più positivo. Più precisamente, la provincia autonoma di Bolzano rappresenta il leader del settore sotto il profilo del tasso di occupazione lordo in quanto esso è pari al circa 88%. In altre parole, un posto letto nel complesso delle strutture ricettive all'aperto è stato vacante in media solo per 4 giorni nel mese di agosto. Inoltre, le altre zone del nord-est italiano, come ad esempio, il Veneto (leader del settore in termini di presenze e disponibilità de posti letto), il Friuli-Venezia Giulia e la provincia autonoma di Trento presentano dei tassi occupazionali al di sopra della media italiana (il 73%, il 61% ed il 59% rispettivamente).

Per quanto riguarda le zone, la cui offerta non è adeguata alla domanda di pernottamento, esse sono collocate principalmente nel sud Italia. In altre parole, le regioni che hanno un'efficienza minore dei campeggi e dei villaggi turistici in termini di domanda ed offerta sono Sicilia (tasso di occupazione lordo pari al 28% nel mese di agosto), Valle d'Aosta (con tasso del 30%), Calabria (il 33% dei posti letto occupati) e Basilicata (con il tasso del 35%). Tuttavia, è importante specificare che le presenze turistiche registrate in queste zone rappresentano solo il 5% del totale complessivo italiano.

2 Case mobili all'interno delle strutture ricettive all'aperto

2.1 Casa mobile e le sue caratteristiche

La casa mobile o la *mobile home* è un'unità abitativa su ruote per utilizzo temporaneo o per occupazione stagionale. Le *mobile home* presentano una serie di caratteristiche distintive rispetto alle altre strutture ricettive: sono trasportabili e non necessitano dei requisiti costruttivi né di utilizzo dei veicoli comuni stradali; sono costruite a livello industriale minimizzando i costi di produzione e garantendo la rapidità di fabbricazione; sono personalizzabili in base alle esigenze dell'ambiente in cui verranno collocate; sono pronte all'uso al momento della consegna.

La caratteristica principale della casa mobile è la trasportabilità su strada presenta dei vantaggi per coloro che la utilizzano. In particolare, le strutture di questo tipo possono essere ricollocate in qualsiasi momento che consente di produrle negli stabilimenti industriali riducendo i costi di produzione e spostarle successivamente in base alla domanda di clientela aumentando il tasso di occupazione della struttura ricettiva e, di seguito, incrementando il ROI¹¹.

Tuttavia, la trasportabilità su strada rappresenta un limite per l'impresa costruttrice, in quanto, le misure di una *mobile home* devono rispettare i limiti di larghezza e di altezza previsti nel Codice della Strada. Per quanto riguarda la larghezza massima ammessa per gli oggetti trasportati, essa non può eccedere 4 metri e mezzo con l'obbligo delle macchine di scorta tecnica previste per un trasporto eccezionale. Per l'altezza, invece, è previsto il limite di 4 metri che è estendibile fino a 4,20 metri inclusa la tolleranza¹². Questi limiti riducono le potenzialità di progettazione di una casa mobile, ma recentemente alcuni progetti innovativi di case mobili¹³ hanno superato questo ostacolo realizzando delle *mobile home* che sono composte da due o più unità abitative che uniscono per creare uno spazio abitativo unico aumentando la larghezza della casa e rendendola più comoda da soggiornare.

¹¹ ROI – Return On Investment – è il rapporto tra EBITDA (reddito netto) e capitale investito. Rappresenta la redditività del capitale investito. L'aumento del tasso di occupazione attraverso le economie di volume aumenta i ricavi mantenendo invariati i costi fissi.

¹² Art. 61 Codice della Strada.

¹³ Sib Mobil Homes S.r.l., modelli “MOB 36”, “MOB 48”, “MOB 55” ed ecc.

Il secondo elemento di una casa mobile che la distingue dalle strutture tradizionali è la struttura che dispone di cinque componenti principali¹⁴:

- il *chassis*, ovvero il telaio in acciaio munito di ruote per permettere la trasportabilità e la rimovibilità dell'unità;
- la struttura portante realizzata in acciaio o in legno che garantisce la robustezza della costruzione;
- muri di tamponamento che sono composti da strati di isolamento termico e barriera al vapore;
- i rivestimenti (interno ed esterno) per proteggere e decorare le pareti;
- copertura a una o due falde per garantire lo scolo delle acque piovane.

La terza caratteristica distintiva è la produzione negli stabilimenti industriali. Questo tipo di produzione consente di:

- abbattere i costi di produzione grazie ai minori costi di setup (non ci sono i costi di allestimento cantiere¹⁵), maggiore specializzazione degli operai (si aumenta l'efficienza e velocità del lavoro) e minori costi di trasporto per materiali di costruzione;
- garantire un elevato standard qualitativo con uno studio continuo di processi produttivi delle lavorazioni in serie e possibilità di ottenere un prodotto certificato;
- raggiungere alta velocità di costruzione grazie al processo di assemblaggio della catena di montaggio.

Vale a dire che al momento della consegna la struttura è dotata di rivestimenti interni ed eventualmente (secondo gli accordi con l'acquirente) di arredi ed elettrodomestici ed è predisposta per tutti gli allacciamenti necessari, tra i quali la rete elettrica, del gas, idrica e fognaria. Le aziende produttrici di *mobile home* spesso realizzano una vasta gamma di modelli per rendere le strutture adatte ai diversi contesti ambientali e paesaggistici, ma anche ai gusti degli acquirenti.

In Italia, le case mobili vengono solamente utilizzate come strutture ricettive all'interno dei campeggi, villaggi turistici e *glamping*, difatti, esse possono essere collocate su un terreno per

¹⁴ Nei diversi modelli è compresa anche la veranda che, però, è un elemento a sé stante e viene assemblato sul posto.

¹⁵ Vi sono comprese tutte le attività che hanno l'obiettivo di predisporre il sito di costruzione all'inizio dei lavori (es.: recinzione, posa di protezioni, movimentazione terra, installazione dell'impianto elettrico, altre opere preliminari)

usi ed attività turistiche e ricettive per il turismo¹⁶ e devono godere di una previa autorizzazione sotto il profilo urbanistico, edilizio e, ove previsto, paesaggistico dall'ufficio tecnico comunale nella zona di posizionamento. Questa peculiarità del collocamento delle case mobili rappresenta un forte limite ad una maggiore diffusione sul territorio nazionale in quanto a causa delle peculiarità strutturali non sono adatte alle norme che sono in vigore per le costruzioni sulle altre tipologie di terreni residenziali. Per esempio, negli Stati Uniti, oltre ad avere una funzione ricettiva, le case mobili fungono da edilizia sociale a costo zero per gli enti pubblici in quanto accolgono le persone che non possono fruire di una casa convenzionale. Nel 2022 sono circa 22 milioni di residenti americani (approssimativamente 6,7% della popolazione) che vivono in una casa mobile¹⁷.

Le strutture ricettive all'aperto offrono un soggiorno vicino alla natura e la loro sostenibilità rappresenta un altro punto a favore del loro utilizzo nei campeggi e nei villaggi turistici. Innanzitutto, esse non consumano il suolo su cui sono collocate grazie all'assente collegamento in modo permanente al terreno: le strutture non necessitano di supporti strutturali durante il loro stanziamento, come fondamenta, e gli allacciamenti alla rete idrica, del gas, elettrica e fognaria sono removibili in qualsiasi momento. Il secondo elemento di sostenibilità delle *mobile home* è la possibilità di riutilizzare e riciclare quasi tutti gli elementi costruttivi alla fine del ciclo di vita del prodotto grazie all'assemblaggio a secco¹⁸. Il terzo punto è la grande flessibilità d'uso – essendo trasportabili le case mobili possono essere rivendute e riutilizzate per una seconda vita. L'ultimo privilegio rispetto alle altre strutture ricettive che rende le *mobile home* perfettamente idonee ai campeggi e villaggi turistici è la possibilità di personalizzare i rivestimenti esterni e la struttura per una migliore integrazione nei contesti paesaggistici diversi.

2.2 La normativa vigente dell'utilizzo di case mobili all'interno delle strutture ricettive all'aperto

Per quanto riguarda le strutture extralberghiere e ricettive all'aperto, il legislatore ha voluto conferire il potere decisionale alla disciplina regionale, la quale risulta essere sufficientemente personalizzata ed autonoma da creare confusione tra le normative dei diversi territori. Per

¹⁶ La competenza relativa alle norme di materia urbanistica e zonizzazione in Italia è lasciata ai comuni. Nel testo sono indicati le denominazioni utilizzati dal comune di Sarre.

¹⁷ Negli Stati Uniti d'America le *mobile home*, note anche come *manufactured housing*, sono considerate tutte le case prefabbricate che sono assemblate in un sito industriale e successivamente trasportati nel sito di utilizzo.

¹⁸ Il metodo costruttivo a secco non implica l'impiego nel processo di assemblaggio l'utilizzo di materiali di connessione o dell'acqua che necessitano di consolidarsi dopo la posa. I vantaggi principali sono: la riduzione dei tempi e di costi di costruzione: la maggiore ecosostenibilità in quanto gli elementi possono riciclati, sostituiti o riutilizzati grazie alla facilità di montaggio-smontaggio.

esaminare la normativa riguardante la classificazione e qualità del soggiorno nelle strutture, sono state selezionate 5 regioni tra le più importanti sotto il profilo degli arrivi/presenze e posti letto che sono: Veneto, Toscana, Emilia-Romagna, Lombardia e Sardegna.

Mettendo a confronto le regolamentazioni sopraccitate, risulta che la definizione di strutture ricettive all'aria aperta coincide con quella di: "aziende a gestione unitaria, aperte al pubblico, che, in aree recintate e attrezzate, forniscono alloggio in propri allestimenti o offrono ospitalità in piazzole attrezzate alla sosta e al rimessaggio di tende o altri mezzi di pernottamento mobili di proprietà di turisti" (Carlo Berizzi e Luca Trabattoni, 2021 – "Mobile home per il turismo all'aria aperta, storia evolutiva", p.44).

Con questa definizione, il legislatore sottolinea che la classificazione principale degli esercizi ricettivi all'aperto è realizzata in base alla percentuale delle unità di proprietà della struttura o del viaggiatore, che siano essere fisse o mobili. Le strutture ricettive si distinguono in:

- villaggi turistici che offrono ospitalità prevalentemente in allestimenti messi a disposizione dal gestore e costituiti da unità abitative fisse o mobili, inserite in piazzole;
- campeggi che offrono ospitalità prevalentemente in piazzole attrezzate alla sosta e al rimessaggio di tende o di altri mezzi di pernottamento mobili di proprietà dei turisti;
- marina resort che rappresentano le strutture ricettive che ospitano i turisti all'interno delle proprie unità ormeggianti nello specchio acqueo appositamente attrezzato;
- centri vacanza – sono campeggi e villaggi turistici attrezzati con importanti impianti e servizi sportivi, commerciali e di svago;
- parchi vacanza che sono i campeggi a gestione unitario che offrono il solo affitto delle strutture per tutta la durata della stagione turistica ad un unico soggetto.

Tuttavia, oltre alle tipologie elencate sopra, ci sono alcune nuove fattispecie di strutture che non sono state ancora disciplinate dalla legge, tra le quali il *glamping*. Questo termine è nato dalla fusione di parole *glamour* e campeggio e indica una combinazione di un campeggio dotato di piazzole (aree di sosta) ed un campeggio composto da *bungalow*¹⁹ e strutture stabili a disposizione dei clienti. La particolarità di questa tipologia degli esercizi ricettivi consiste nel

¹⁹ Bungalow – il termine utilizzato per definire la tipologia di case adottate per l'abitazione degli Europei in India. Queste strutture unifamiliari, costituite del solo piano terra, sono caratterizzate dalla gronda sporgente che ricopre un'ampia veranda.

numero molto limitato delle strutture disponibili che sono dotate di interni, mobili ed accessori di qualità superiore e con finiture e servizi di lusso per offrire un soggiorno di qualità.

Le case mobili, secondo la normativa italiana vigente (d.lgs. n. 222/2016), possono essere collocate all'interno di strutture turistiche e ricettive all'aperto con alcune agevolazioni:

- le *mobile home* rientrano nella categoria “attività di edilizia libera”;
- non richiedono le autorizzazioni per l'abitabilità e non hanno nessun adempimento in materia antisismica.

Tuttavia, per il posizionamento delle case mobili che sono realizzate secondo le normative nazionali e regionali di settore il complesso turistico deve ottenere le autorizzazioni relative al profilo urbanistico, edilizio e, ove previsto, paesaggistico per l'intero complesso e non per le unità singole²⁰. Di conseguenza, l'installazione o conversione delle aree di campeggi o villaggi turistici risulta essere più semplice dal punto di vista delle autorizzazioni richieste nell'ambito edilizio rispetto alle strutture tradizionali alberghiere ed extralberghiere.

In particolare, colui che è interessato ad aprire una struttura ricettiva che contiene al suo interno delle case mobili deve salvaguardare che:

- l'area di interesse sia destinata all'esercizio di attività turistica dallo strumento urbanistico comunale²¹;
- i fabbricati rispettano l'autorizzazione paesaggistica ove richiesta;
- sia presentata una segnalazione certificata di inizio attività, S.C.I.A.

2.3 Evoluzione nel tempo di spazi ricettivi all'aperto

Il turismo moderno inteso come attività di spostamento di persone negli spazi dedicati al tempo libero che sono in contrapposizione a quelli di lavoro è stato inventato a metà del Settecento in Inghilterra ed ha portato all'invenzione di diverse forme di città del tempo libero, ovvero, le città di villeggiatura. La caratteristica principale dei centri urbani minori nati in quel periodo era quella di essere dotati di un ricco patrimonio paesaggistico e naturale che comprendeva sorgenti termali, mare, montagna ed etc. che attiravano turisti offrendogli ospitalità con i mezzi necessari all'accoglienza e divertimento con le sale gioco, caffè, ristoranti e negozi.

²⁰ Il complesso turistico deve presentare la dichiarazione S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) al Comune di competenza (Sportello Unico Edilizia) prima di effettuare qualsiasi tipologia di interventi edilizi. La relativa disciplina è contenuta nella legge 122/2010.

²¹ PRGC – Piano Regolatore Generale Comunale.

I campeggi e villaggi turistici sono nati alla fine dell'Ottocento durante la seconda rivoluzione industriale come i successori delle città dedicate al tempo libero e sono diventate delle forme di turismo che offrivano un'esperienza nella natura a basso costo, accessibile anche alla classe media. All'inizio del Novecento le unità abitative più utilizzate nelle strutture ricettive di questo tipo erano le tende che iniziavano a diffondersi in Europa, negli Stati Uniti e in Australia. In quel periodo le tende venivano predisposte stagionalmente dal gestore di campeggi ed erano strutture che si distanziavano poco dalle strutture rudimentali temporanee dell'ambito militare. Questi mezzi di pernottamento degli ospiti non disponevano di servizi igienici, cucine e spazi per l'intrattenimento, le quali erano dislocati in edifici comuni posti al centro del campeggio.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale il campeggio ha cambiato radicalmente la sua natura grazie alla crescita economica, sviluppo tecnologico e del settore dei trasporti, ed è diventato un fenomeno di massa. Le tende diventavano un mezzo sempre più leggero di separazione tra uomo e natura, esse non erano più predisposte dai proprietari, ma venivano trasportati dagli ospiti stessi e si posizionavano all'interno delle piazzole attrezzate.

In quel periodo cominciavano a svilupparsi dei piccoli *chalet* che permettevano di immergersi nella *wildness* in modo più confortevole rispetto alle tende: nasceva una contrapposizione tra il bisogno dell'avventura e la natura e quello di comfort, lusso e sicurezza. Con questo intento, a partire dagli anni 60, negli Stati Uniti diventavano sempre più popolari le varie forme di veicoli ricreazionali come camion da viaggio, *pop-up trailer* e camper.

Per quanto riguarda lo sviluppo delle strutture presenti nei campeggi nel corso della seconda metà del Novecento, esse tendono ad aumentare sia il confort del soggiorno, sia il numero dei servizi offerti per l'intrattenimento dei viaggiatori con l'organizzazione all'aria aperta di attività ludiche. Difatti, vari campeggi si trasformano in villaggi turistici che dispongono di piscine, acquascivoli, ristoranti, attrezzatura sportiva, etc., aumentando così notevolmente le loro dimensioni ed abbandonando la possibilità di offrire un soggiorno organizzato intorno ad un rapporto intimo con la natura. In questo periodo le strutture ricettive all'aperto perdono il contatto con il luogo, il suo paesaggio circostante e diventano dei centri di divertimento.

Negli anni 70 del Novecento, a causa di un cambiamento sociale ed arrivo dell'era di postmodernismo, il desiderio dei viaggiatori cambia: essi non ricercano più una fuga dalla città, ma sono interessati a scoprire ed approfondire un certo "altrove"²². Per questo motivo, ampie

²² Lofgren O., 2001, Storia delle vacanze.

porzioni dei campeggi vengono dedicate ad un nuovo tipo di strutture come *bungalow* per poter offrire un maggiore confort di soggiorno grazie alla natura permanente e non temporanea delle costruzioni. Inoltre, esse erano progettate per essere conformi allo stile e caratteristiche del paesaggio adiacente assomigliando maggiormente all'ideale di una casa di vacanza. Nonostante l'intento di rievocare lo stile, le caratteristiche e le forme del contesto circostante, nella maggior parte dei casi, l'eccessiva distanza tra il mondo architettonico ed il settore ha segnato l'inizio di deturpamento delle coste e dei paesaggi che potevano essere osservati in alcune porzioni del territorio italiano.

Il periodo dei *bungalow* ha avuto anche degli effetti positivi, difatti, il problema della tutela del paesaggio ha portato al giorno d'oggi ad un'ulteriore innovazione delle strutture di pernottamento utilizzate nelle strutture ricettive all'aperto. In questo momento diventa sempre più diffusa l'unità abitativa della *mobile home*, la quale, a differenza della tipologia precedente, è una struttura temporanea removibile dotata di elevati standard sia di qualità interni e di confort che architettonici. Oltre a ciò, la casa mobile è caratterizzata da una grande flessibilità d'uso che ne permette la rivendita o ricollocamento su altri mercati ed una maggiore possibilità di riciclaggio dei materiali e dei componenti con le quali sono realizzate grazie alle tecnologie di costruzione a secco.

2.4 Case mobili – una nuova forma di turismo sostenibile all'aria aperta

Spesso il concetto di sostenibilità viene compreso come un sinonimo di qualità delle attività che sono connesse all'uso e trasformazione del territorio e delle sue risorse. Tuttavia, le caratteristiche fisiche del concetto relativamente alle strutture di pernottamento sono ancora poco sufficientemente identificate e codificate.

Il soggiorno nelle strutture ricettive all'aperto, grazie alla natura stessa del soggiorno, è l'ambito che si avvicina di più nel contesto ricettivo al tema di sostenibilità. Questa tipologia di vacanze propone uno stile di vita a contatto con la natura, la cui sostenibilità è definita non solo dalle caratteristiche intrinseche delle strutture, le quali sono state discusse al paragrafo 2.2.1, ma anche dall'impatto ecologico che esse esercitano sull'ambiente circostante. Nella dichiarazione dell'OMT della conferenza di Manilla, l'impatto ecologico dell'attività ricettiva viene valutato secondo i 4 seguenti parametri:

1. l'inquinamento che può essere legato alla contaminazione dell'aria (es.: traffico automobilistico) e delle acque (es.: scarico delle acque di scolo), con i rifiuti provenienti dalle aree turistico e l'inquinamento acustico;
2. la perdita di paesaggi naturali: la costruzione delle strutture nuove comporta l'alterazione dell'ambiente preesistente e la scomparsa di intere aree boschive;
3. la distruzione di flora e fauna;
4. la congestione che si produce con un afflusso sovradimensionato dei turisti in area e si manifesta principalmente con la perdita del tempo e traffico su strade.

Tuttavia, ancora oggi, l'idea dell'impatto ecologico concepita dai proprietari delle strutture ricettive ed i soggetti di amministrazione pubblica si limita a considerare solo l'impatto paesaggistico e proporre un soggiorno in un contesto "naturale". Per superare questo limite alla sostenibilità è necessario porre maggior attenzione alle caratteristiche sia delle strutture posizionate, sia al modo in cui vengono gestite. In particolare:

- i materiali impiegati per la costruzione delle case mobili devono essere ecologici, riciclati o riciclabili;
- le strutture devono essere dotate di sistemi di regolazione passiva, ovvero, devono presentare una coibentazione tale da diminuire il fabbisogno energetico al minimo. A tale scopo è consigliato un inserimento efficiente nel paesaggio circostante, per esempio, in ambienti caldi le costruzioni possono essere posizionate sotto gli alberi;
- la natura gestionale delle risorse deve stimolare l'implementazione dei comportamenti sostenibili come la raccolta differenziata, l'uso di illuminazione led, ottimizzazione dei consumi elettrici;
- la disposizione delle strutture deve essere tale da generare un paesaggio visivo discontinuo e meno impattante.

3 Indagine di mercato

3.1 L'indagine statistica

L'indagine statistica è così articolata:

1. preparazione del questionario;
2. rivelazione dei dati;
3. analisi dei dati.

Fase 1: Preparazione del questionario

L'obiettivo dell'indagine è volto a misurare la propensione ad un possibile soggiorno nelle strutture ricettive nelle case mobili degli italiani. A tale scopo è stato necessario individuare in modo approfondito il profilo degli intervistati per comprendere le preferenze e le abitudini al fine di collegare la profilatura dei soggetti alle dinamiche del comportamento.

Durante la fase di preparazione sono stati particolarmente curati i dettagli per facilitare la comprensione delle domande, la riduzione del numero dei quesiti e la scelta delle modalità di risposta più intuitive per facilitare la compilazione del questionario aumentando la quota di compilazioni complete.

Il questionario è stato composto da 3 parti. La prima rileva le informazioni relative alle vacanze estive dell'anno scorso, la seconda indaga sulla propensione al soggiorno durante il periodo delle vacanze in una casa mobile anziché in una struttura ricettiva abituale. L'ultima parte registra i dati anagrafici di chi si è reso disponibile a rispondere al questionario. Le eventuali spiegazioni delle scelte di composizione e formulazione delle domande saranno successivamente trattate nella parte di analisi preliminare.

Fase 2: Rilevazione e rielaborazione dei dati.

In questa fase sono state raccolte le informazioni necessarie attraverso il *software* della piattaforma *Qualtrics* al fine di svolgere successivamente l'analisi statistica.

Il questionario è stato sottoposto ai residenti in Italia con età superiore ai 18 anni. La sua distribuzione è avvenuta in via elettronica utilizzando gruppi e le chat private dell'applicazione *WhatsApp* e messaggi di posta elettronica durante il mese di giugno 2022. Questa modalità di somministrazione ha consentito di raggiungere un numero di risposte soddisfacente per procedere all'analisi dei dati.

Si è cercato di sottoporre il questionario a diverse categorie di persone in base alla loro età ed al loro ceto sociale. Sono state ottenute 210 risposte valide.

La rielaborazione dei dati è stata necessaria a causa della struttura del questionario. In particolare, la seconda parte del questionario relativa al soggiorno nelle case mobili era personalizzata in base alle preferenze degli individui indicate inizialmente (per tipologia di struttura ricettiva abituale e la sua qualità, ovvero, quantità di stelle assegnate).

Fase 3: Analisi dei dati.

La sintesi e la descrizione dei dati è stata svolta attraverso le tabelle, rappresentazioni grafiche, tecniche statistiche e commenti che saranno trattati in seguito. In questa fase si è fatto l'uso del software "Microsoft Office Excel".

3.2 Analisi descrittiva

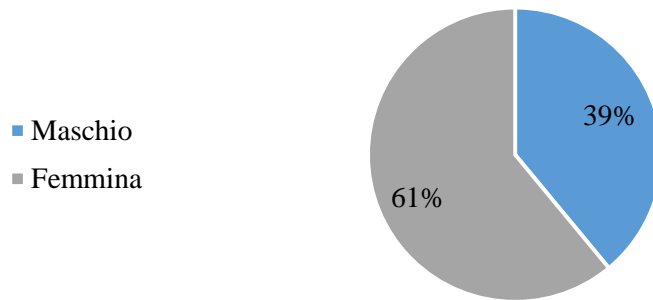
L'analisi preliminare cerca di estrapolare un quadro generale dai dati raccolti, ovvero fornisce delle informazioni sulle caratteristiche dei rispondenti e delle loro preferenze circa le vacanze estive, mediante lo svolgimento delle principali analisi di statistica univariata e bivariata. In questo modo le informazioni contenute in questo capitolo permettono di acquisire consapevolezza delle caratteristiche del campione ed affrontare le successive analisi multivariate in modo più efficiente.

3.2.1 I dati anagrafici

Le domande riguardanti i dati anagrafici sono state volutamente collocate alla fine del questionario. In questo modo si agevola la collaborazione degli intervistati, posticipando le domande sensibili ed aumentando il coinvolgimento delle domande precedenti. Sebbene esse siano posizionate al termine del questionario, risulta opportuno dare priorità alla loro analisi al fine di delineare in modo chiaro la composizione e le caratteristiche del campione osservato dei viaggiatori.

Il primo quesito del blocco di domande sui dati anagrafici chiedeva il sesso dell'intervistato. Dai risultati raccolti si osserva che i viaggiatori che hanno risposto al questionario sono prevalentemente donne. In particolare, come si evidenzia nella Figura 3.1, il 61% di rispondenti è di sesso femminile, mentre il restante 39% è di sesso maschile. Questo dettaglio potrebbe rappresentare una sensibilità maggiore da parte del genere femminile nel rispondere al questionario.

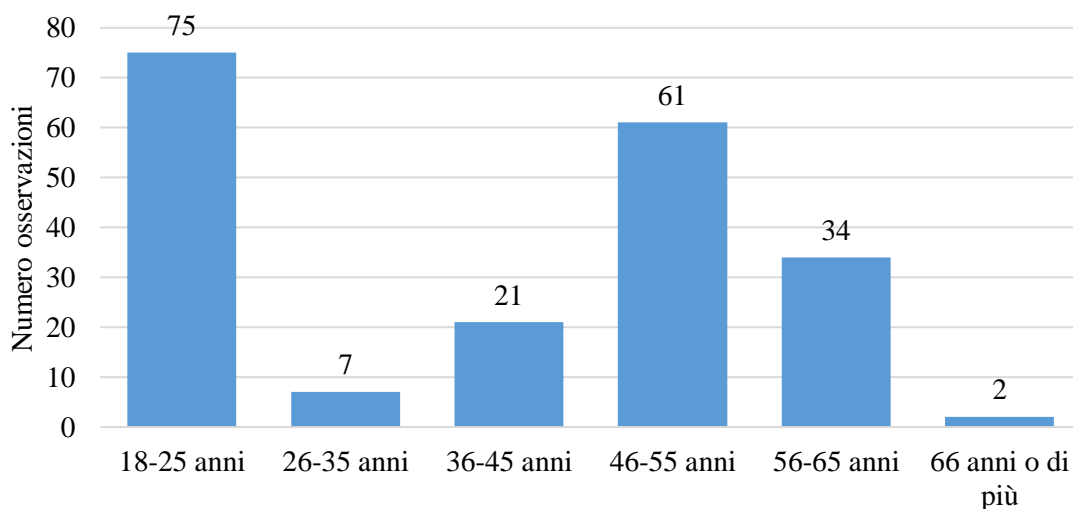
Figura 3.1 – Distribuzione dei rispondenti per genere.



In seguito, agli intervistati è stato proposto di specificare la propria **età**, al fine di presentare la composizione del campione osservato (Figura 3.2). Le possibilità di risposta a questa domanda sono state volutamente pensate per classi perché si tratta di dati sensibili per alcuni individui.

Le classi d'età degli intervistati registrate più frequentemente sono state quelle di età compresa tra i 18 ed i 25 anni e, successivamente, tra i 46 ed i 55 anni. Esse rappresentano insieme circa il 68% degli intervistati. È importante notare che le classi “26-35 anni”, “36-45 anni” e “66 o più” sono state scarsamente intervistati perché privi di contatti con i seguenti individui e la limitatezza del tempo a disposizione per la raccolta dati.

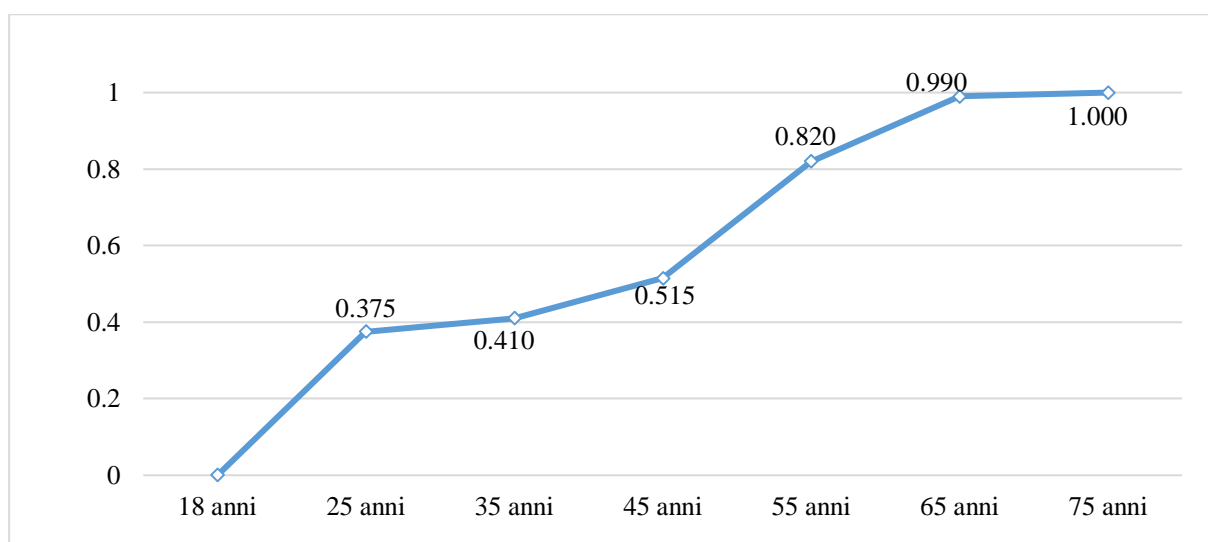
Figura 3.2 – Distribuzione dei rispondenti per età.



Il valore atteso della variabile “età” $E(x)$, ovvero la media osservata nel campione corrisponde al valore di 39,78 anni²³. La moda osservata è pari alla classe di 18-25 anni.

Successivamente, per rappresentare in modo più efficace la distribuzione delle osservazioni della variabile “età” è stato deciso di riportare la funzione F_i di ripartizione. Grazie alla predisposizione delle risposte in formato di classi è stato possibile creare una linea continua per la funzione di frequenza cumulata. In questo caso è reso possibile effettuare una stima più accurata del valore della variabile statistica osservata senza chiedere dai dati troppo sensibili agli intervistati.

Figura 3.3 – Distribuzione cumulata dei rispondenti per età.



Nella Tabella 3.1 sono riportati i quartili della variabile “età” per il campione osservato. Si può notare che circa la metà degli intervistati ha meno di 45 anni, ovvero, il quantile 0,5 (50% della popolazione) corrisponde all’età di 43,57 anni.

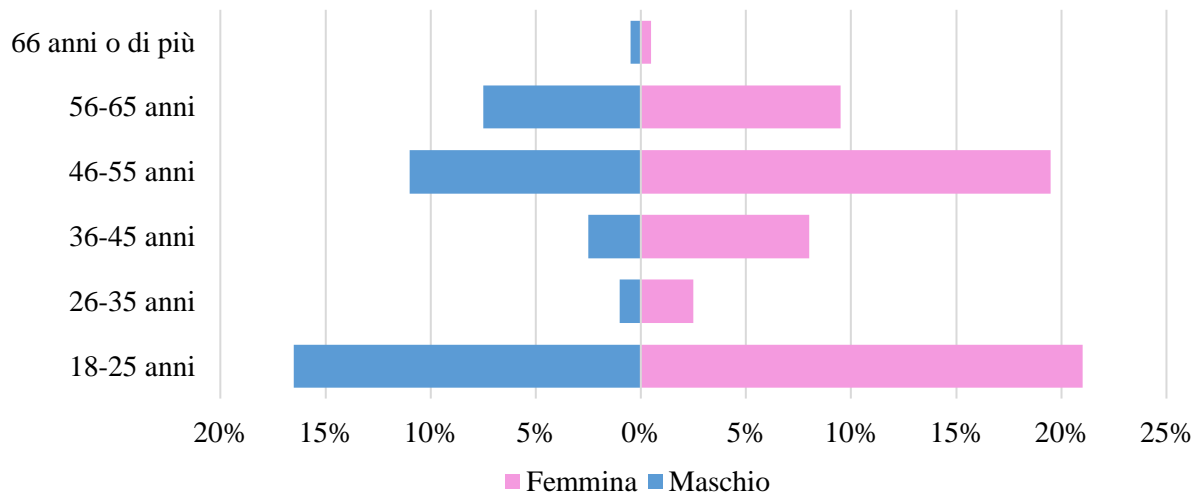
Tabella 3.1 – Frequenza cumulata per classi variabile età.

Quantile	Età in anni
0,25	22,67
0,5	43,57
0,75	52,70
1	75

²³ La media è stata calcolata usando i valori del centro della classe. Per la classe di età “66 anni o di più” è stato ipotizzato che il centro della classe corrisponderebbe al valore di 70,5 anni.

Per concludere l'analisi dell'età dei rispondenti si è stato deciso di creare una piramide dell'età per rappresentare congiuntamente sia gli anni che il genere degli osservati (Figura 3.4).

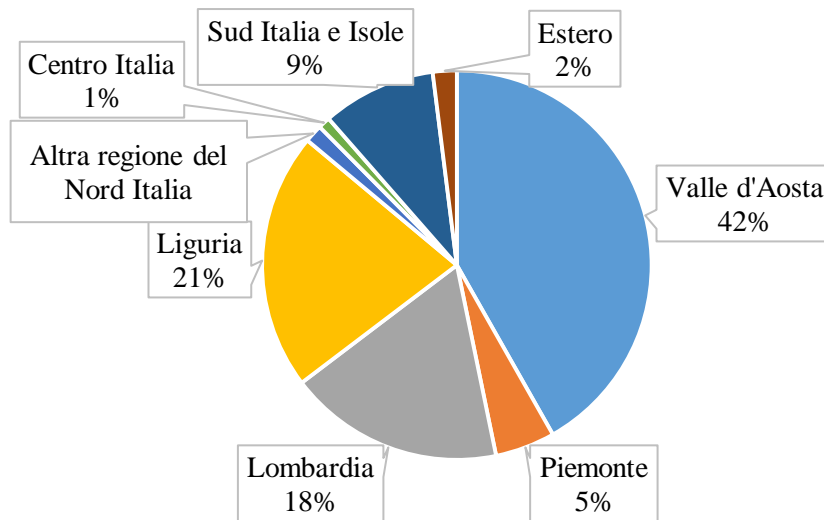
Figura 3.4 – Piramide dell'età del campione osservato.



Si può osservare un numero maggiore del genere femminile in tutte le classi. Inoltre, nel genere femminile si può vedere una variazione minore delle osservazioni dovuta ad un numero di risposte maggiore rispetto al sesso maschile (varianza delle frequenze relative del 0,0194 per categoria femminile contro il 0,0268 per maschi). In un secondo momento si può calcolare la differenza tra il numero di maschi e di femmine ponderata per classi (quanto i numeri delle osservazioni siano diversi tra di loro per ogni classe). Esso è pari al 5,25%, in altre parole, in media, il genere femminile ha risposto al questionario 5,25% in più.

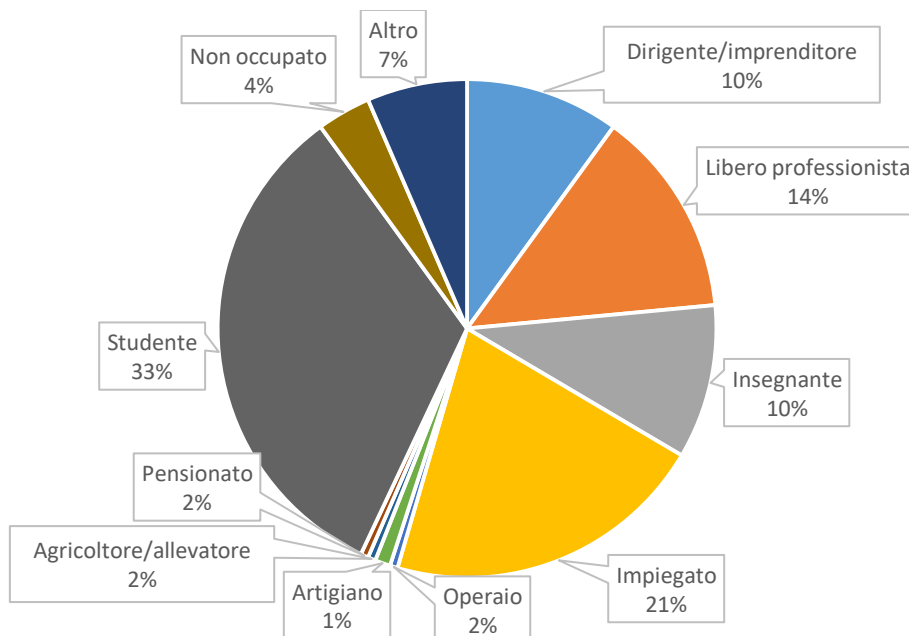
Il terzo quesito del blocco di domande proponeva agli intervistati di specificare la loro **regione di residenza**. I dati raccolti su questa domanda mostrano un forte collegamento con la zona dello svolgimento dell'indagine. In altre parole, le risposte al questionario provenienti dai residenti nella parte Nord-Ovest dell'Italia (Valle d'Aosta con le regioni limitrofe come Piemonte, Lombardia e Liguria) rappresenta l'86% delle osservazioni (Figura 3.5). Confrontando questo dato con quello registrato dall'Istat nel 2019 si può affermare che il questionario potrebbe essere rappresentativo (173 osservazioni) del 32,28% della domanda interna italiana alle strutture ricettive in generale (e 15,97% della domanda comprensiva la parte proveniente dall'estero).

Figura 3.5 – Distribuzione dei rispondenti per residenza.



L'ultimo dato anagrafico rilevato nel questionario riguardava la **professione** o la tipologia di attività svolta dall'intervistato. Le categorie più rappresentate sono: studente (33% delle osservazioni), impiegato (21%), libero professionista (14%), dirigente/imprenditore (10%) e altro (9% degli intervistati). Gli altri dati che si incontrano meno frequentemente sono rappresentati nella Figura 3.6.

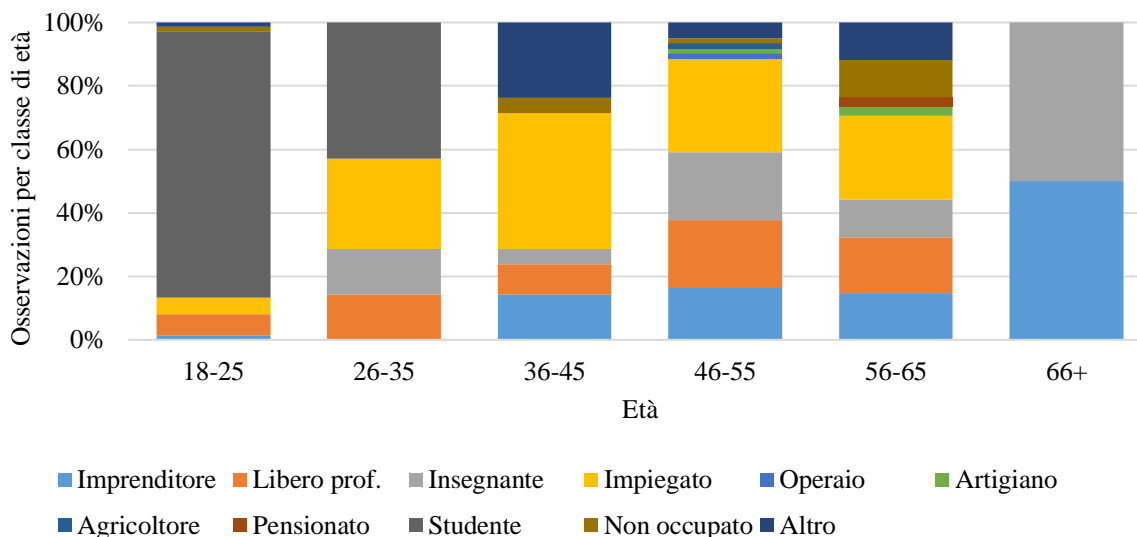
Figura 3.6 – Distribuzione dei rispondenti per professione/tipo di attività



Facendo un'ulteriore analisi si può esaminare congiuntamente sia l'età che la professione degli intervistati. Dagli studi condotti con il programma R sulle correlazioni tra le due variabili emerge che vi è una correlazione con un coefficiente di 0,55. In altre parole, all'aumentare

dell'età aumenta anche il numero associato alla tipologia di attività svolta dell'intervistato. I particolari della distribuzione sono riportati nella Figura 3.7.

Figura 3.7 – Professione dei rispondenti per classi di età



In particolare, circa l'85% degli intervistati di età compresa tra 18 e 25 anni sono studenti, mentre, avanzando di classe, la loro quota diminuisce del circa del 50% (da 85% a 35% circa) a favore degli impiegati (circa 30% della classe). Salendo ulteriormente (36-45 anni) gli studenti scompaiono completamente mentre si espande il gruppo di lavoratori dipendenti ed appare la risposta "altro". Nelle classi successive risposte più frequenti sono le seguenti: impiegato, insegnante, libero professionista, imprenditore, non occupato.

Le risposte registrate in questa domanda assomigliano al quadro sociale che si osserva quotidianamente. Vale a dire che questo fatto sottolinea la veridicità delle risposte fornite dagli intervistati.

3.2.2 Preferenze sulle vacanze

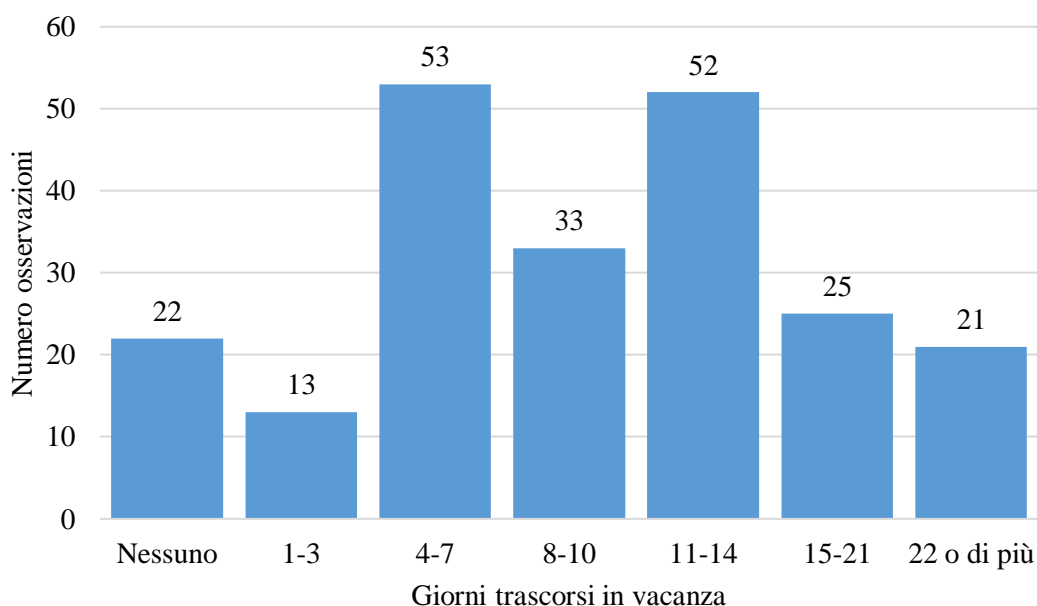
In seguito all'analisi dei dati anagrafici è opportuno esaminare le risposte alle domande di carattere generale riguardanti le vacanze estive allo scopo di rappresentare i comportamenti e le preferenze del campione osservato.

Risulta fondamentale comprendere in un primo momento **quanti giorni in media si trascorrono in vacanza**. A tale scopo è stato scelto di proporre agli intervistati di rispondere quanti giorni hanno trascorso in vacanza l'estate scorsa. La decisione di osservare i dati dell'anno scorso è stata fatta per due motivi. Il primo consiste nel facilitare la risposta dei

rispondenti in quanto, a differenza del caso di rilevazione di dati “in media”, non devono effettuare delle stime o calcoli per rispondere alla domanda. Il secondo motivo riguarda la grandezza dei dati statistici. In altre parole, i dati della domanda nazionale turistica del 2021 nel periodo estivo hanno pressoché raggiunto i livelli prepandemici (Figura 2.4). Mettendo insieme i due criteri per la formulazione della domanda risulta che le informazioni riguardanti l’anno 2021 siano ottimali per essere utilizzati in una successiva analisi.

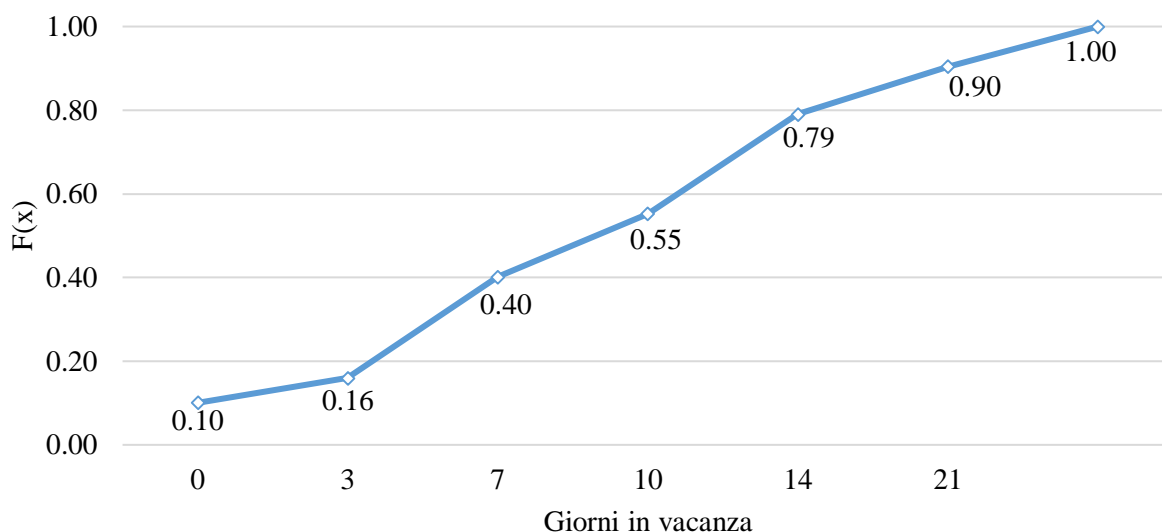
Esaminando le risposte alla domanda “la scorsa estate quanti giorni è durata la sua vacanza più lunga?” risulta che la durata più frequente della vacanza estiva è quella di una o due settimane (risposte “4-7 giorni” e “11-14 giorni” rispettivamente). È stata osservata inoltre una percentuale importante di persone che vanno in vacanza per un periodo maggiore di due settimane (il 21% degli intervistati) e che non sono andati in vacanza, oppure la loro permanenza è stata inferiore a 3 giorni (il 16%). Il numero di risposte osservate è rappresentato nella Figura 3.8.

Figura 3.8 – Numero giorni trascorsi in vacanza nel 2021.



Per analizzare successivamente i dati della domanda è opportuno presentare la funzione di ripartizione delle risposte osservate. A causa della predisposizione delle risposte in formato di classi è stato possibile creare una linea continua per la funzione di frequenza cumulata per una stima più precisa della distribuzione dei dati e la probabilità di osservare una permanenza media indicata. Il grafico è riportato nella Figura 3.9.

Figura 3.9 – Distribuzione cumulata per variabile “giorni trascorsi in vacanza”.

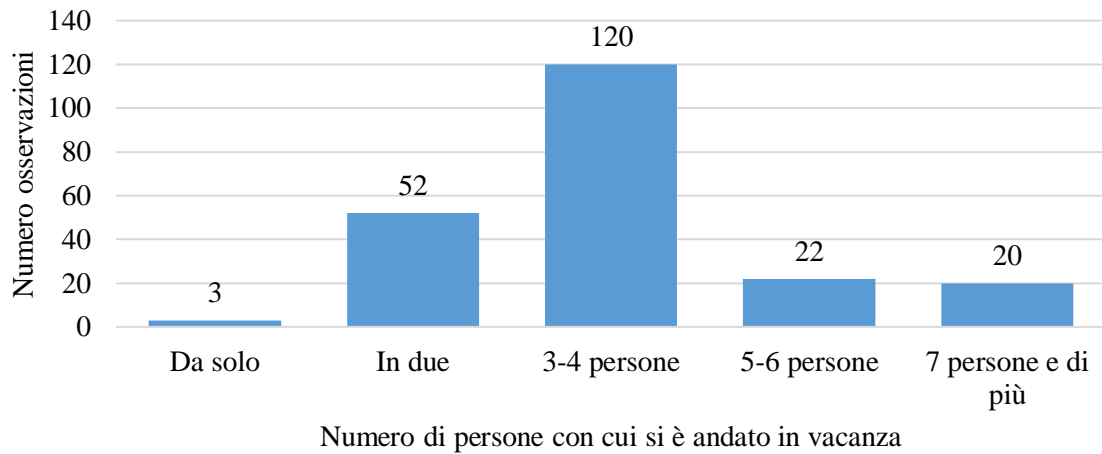


Il grafico presenta un andamento regolare con una pendenza media dell'intercetta lineare di 0,1634. Dal grafico risulta che la popolazione può essere divisa all'incirca in parti uguali (55% e 45% rispettivamente) in base alla durata delle vacanze minore o maggiore di 10 giorni. Più precisamente, il valore atteso della variabile è pari al 10,23²⁴. Inoltre, le estremità della distribuzione che sono rappresentati dalle risposte di 0 giorni e più di 22 giorni in vacanza rappresentano ciascuna circa il 10% della distribuzione.

Per quanto riguarda il **numero di persone con cui gli intervistati sono andati in vacanza**, esso è rappresentato nella Figura 3.10. Risulta che solo l'1% degli intervistati è stato in vacanza da solo, mentre i gruppi da 3 o 4 persone rappresentano più della metà di tutte le osservazioni (55, 3%). I gruppi da 5 e 6 persone o più di 7 rappresentano rispettivamente circa il 10% e il 9% delle risposte. Infine, le coppie rappresentano circa il 24% dei viaggiatori che hanno compilato il questionario.

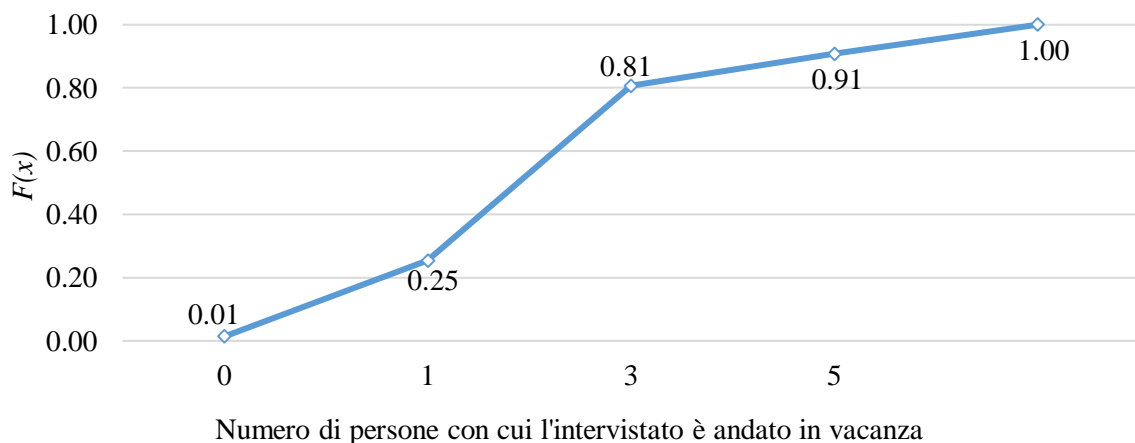
²⁴ Il valore atteso è stato calcolando utilizzando i centri delle classi. Per l'ultima classe è stato ipotizzato che il suo centro sia pari a 25 giorni trascorsi in vacanza.

Figura 3.10 – Dimensioni del gruppo di vacanze.



Per una rappresentazione più efficace è opportuno riportare il grafico della frequenza cumulata (Figura 3.11).

Figura 3.11 – Distribuzione cumulata per la variabile “numero persone in vacanza”.

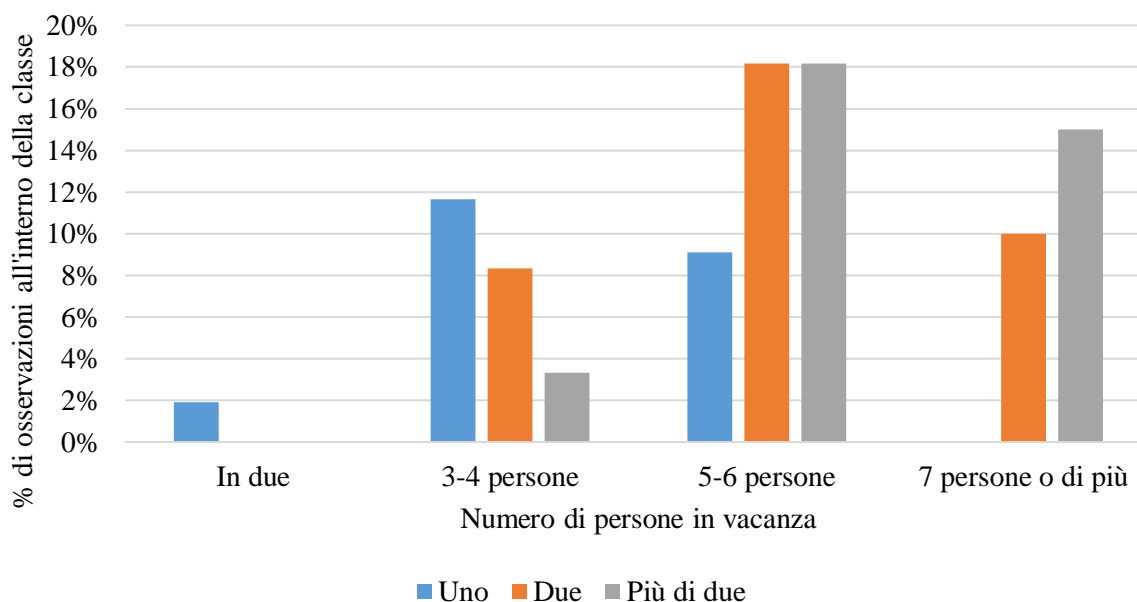


Dal grafico sopra riportato si nota la maggioranza degli intervistati che hanno specificato di essere andati in vacanza l'estate scorsa in compagnie fino a 4 persone compreso il rispondente (81% delle osservazioni). Invece i gruppi di persone composti da 5 e oltre individui rappresentano solo il 19% delle osservazioni raccolte. Infine, la probabilità di estrarre dall'insieme delle osservazioni un rispondente che è andato in vacanza accompagnato da un'altra persona è di circa 1 su 4, ovvero, il 24%.

Successivamente, alle persone che hanno specificato di essere stati in vacanza con almeno una persona in più è stato chiesto di specificare se ci sono stati con loro dei **ragazzi di età inferiore**

a 10 anni e, nel caso di risposta affermativa, di specificare il loro numero (Figura 3.12). Nella categoria “in due” risulta che solo il 2% (1 osservazione su 52) ha viaggiato con un ragazzo sotto i 10 anni, mentre nei gruppi da 3 o 4 persone il 23% ha viaggiato con uno o più bambini. Esaminando più in dettaglio, circa il 12% degli intervistati hanno specificato che sono stati in vacanza con un ragazzo sotto i 10 anni, circa l'8% con due bambini e circa il 3% con 3 ragazzi.

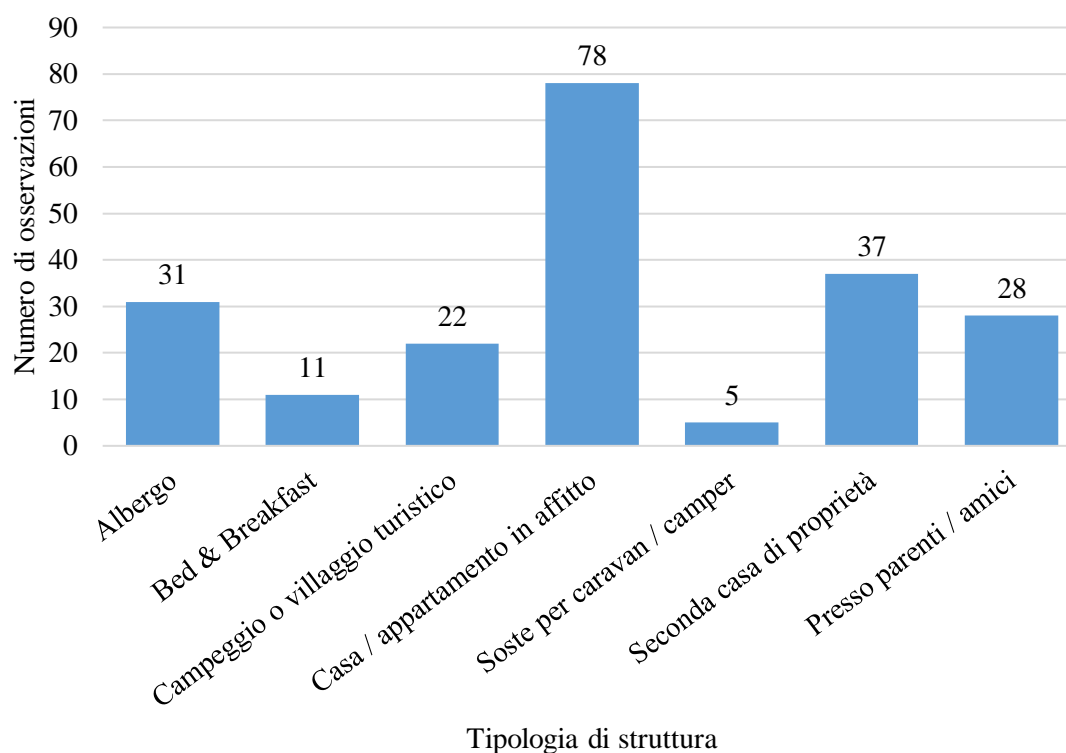
Figura 3.12 – Numero di ragazzi sotto i 10 anni nei gruppi di viaggiatori di vari dimensioni.



Per quanto riguarda gli intervistati che hanno risposto di essere andati in vacanza in gruppo di 5 o 6 persone, tra di esse, il 45% complessivamente ha dichiarato di essere stato in vacanza con almeno un ragazzo sotto i 10 anni. Invece, per i gruppi di viaggiatori composti da oltre 7 persone solo nel 25% dei casi sono presenti i bambini di età inferiore a 10 anni. Il numero di essi superiore a due è stato osservato nei 15% dei casi.

La domanda successiva riguardante i dati generali sulle vacanze estive rilevava la **tipologia di struttura ricettiva** nella quale i rispondenti hanno soggiornato. Dopo una prima analisi è emerso che la maggior parte degli intervistati, il 36,79%, ha scelto di soggiornare in una casa o in un appartamento in affitto. Le seconde case di proprietà rappresentano la seconda categoria più popolare, il 17,45%, di strutture in cui i rispondenti hanno soggiornato durante le vacanze. A seguire si trovano gli alberghi (il 14,62% delle osservazioni) ed il soggiorno presso amici o parenti (il 13,21%). Le altre tipologie di strutture per il soggiorno, tra le quali *bed & breakfast*, campeggi o villaggi turistici e soste per caravan o camper rappresentano il restante 17,92% delle osservazioni (Figura 3.13).

Figura 3.13 – Tipologia di struttura di soggiorno



Per analizzare la significatività dei dati osservati è stato deciso di fare un confronto del campione osservato con i dati raccolti dall'Istat degli arrivi nelle strutture ricettive. È stato scelto di confrontare il totale degli arrivi e la permanenza media nelle strutture alberghiere e quelle extralberghiere. I dati del campione sono stati corretti per la media ponderata del numero di persone con cui gli intervistati hanno soggiornato in vacanza (è stato fatto per allargare il più possibile il campione osservato).

Tabella 3.2 – Confronto dati raccolti con dati Istat (valori relativi rispetto al totale delle strutture ricettive).

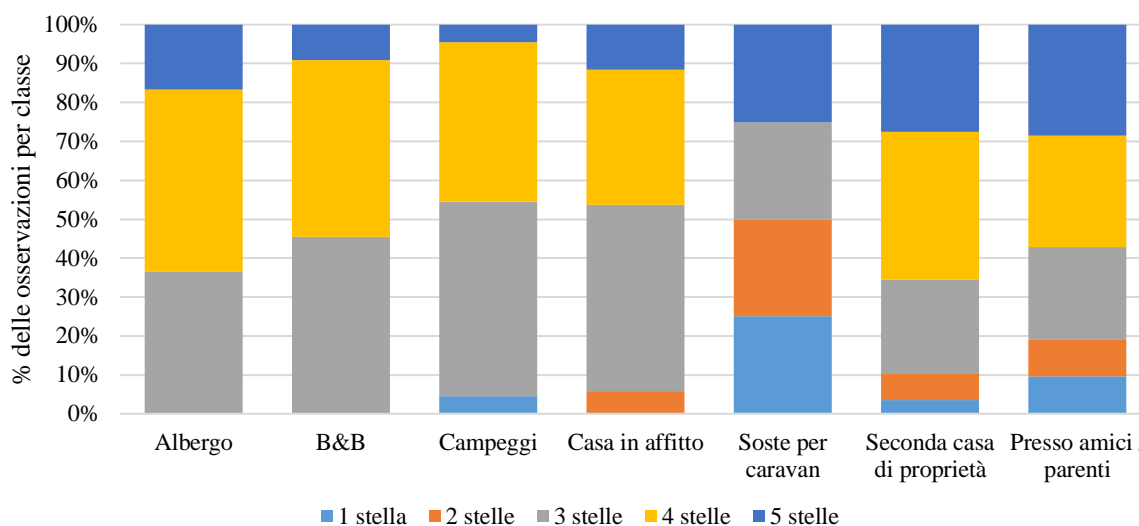
		Campione osservato	Dati Istat 2021
Strutture alberghiere	Arrivi	46,04%	72,66%
	Permanenza media (in giorni)	7,9	3
Strutture extralberghiere ²⁵	Arrivi	53,96%	27,34%
	Permanenza media (in giorni)	8,8	5

²⁵ Per campione osservato non vi sono inclusi: casa/appartamento in affitto, seconda casa di proprietà, soggiorno presso parenti o amici.

Si può osservare una differenza notevole tra i dati raccolti con il questionario ed i dati osservati dall'Istat. Il motivo di tale scostamento risiede nella formulazione delle domande, ovvero, agli intervistati è stato chiesto di indicare la durata del soggiorno più lungo. In questo modo non sono stati osservati i dati dei soggiorni più brevi sia per ferie che per motivi di lavoro.

Successivamente alla domanda sulla tipologia di struttura in cui gli intervistati hanno soggiornato, gli è stato chiesto di indicare o stimare (nel caso di soggiorno in una casa/appartamento in affitto, presso amici o parenti o nella seconda casa²⁶) quante **stelle** aveva la struttura. Per presentare i dati è stato scelto di svolgere un'analisi bivariata delle variabili “quantità di stelle” e “tipologia di struttura del soggiorno” (Figura 3.14).

Figura 3.14 – Numero di stelle delle strutture in cui i rispondenti hanno soggiornato.



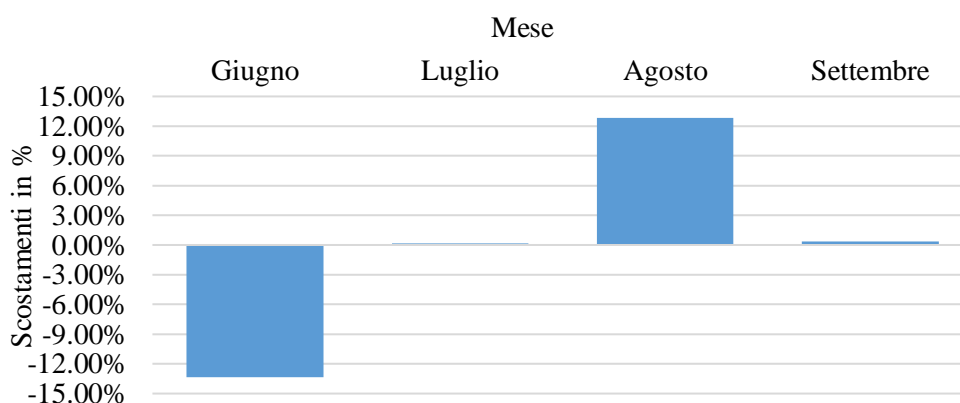
Dall'istogramma con colonne a 100% riportato sopra si nota subito la prevalenza delle strutture a 3 e 4 stelle in pressoché tutte le tipologie di abitazioni turistiche. Per esempio, circa il 91% dei rispondenti che hanno soggiornato o in un *bed & breakfast* o in un capeggio o un villaggio turistico sono stati nelle strutture di 3 o 4 stelle. Per quanto riguarda gli alberghi e le case in affitto, la quota di strutture con 3 o 4 stelle è di circa 83% e 82,6% rispettivamente. Invece, per quanto riguarda le seconde case di proprietà o il soggiorno presso amici o parenti, la loro valutazione soggettiva, in quanto non sono disponibili le stelle assegnate come, per esempio, per il settore alberghiero, è caratterizzata da una percentuale maggiore delle valutazioni di 5 stelle (il 27,6% e il 28,6% rispettivamente) rispetto alle altre tipologie di strutture. Alla fine, la

²⁶ In questo caso il numero delle stelle non può confermare un certo standard qualitativo del soggiorno prestabilito dalla legge, ma rappresenta una valutazione soggettiva dell'intervistato sulla qualità del soggiorno offerto.

categoria di soste per *camper* o *caravan* non ha raccolto un numero sufficiente di risposte (4) per poter effettuare un'analisi significativa della suddivisione degli esercizi ricettivi in base alla qualità del soggiorno offerto.

La sesta domanda proposta agli intervistati proponeva di indicare il **mese** in cui sono stati in vacanza nel periodo estivo l'anno scorso. Per l'analisi di questa variabile è stato scelto di confrontare le osservazioni con i dati Istat attinenti alla domanda dei residenti nell'anno 2021. Nella Figura 3.15 sono presentati gli scostamenti dei valori rilevati con il questionario rispetto ai dati mensili raccolti dall'Istat.

Figura 3.15 – Scostamenti tra gli arrivi mensili rilevati e dati Istat arrivi mensili residenti Italia.

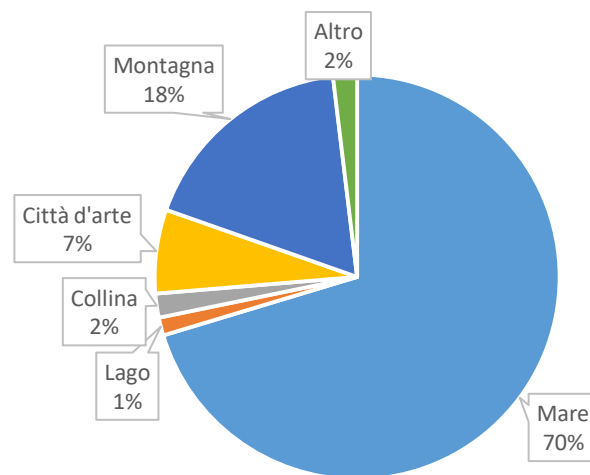


I dati mensili Istat, per essere confrontabili con i dati osservati nel questionario sono stati trasformati in forma percentuale rispetto al totale degli arrivi nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre.

Si osserva che la quota di rispondenti che hanno fatto la vacanza a luglio è pressoché uguale agli arrivi registrati dall'Istat (il 28,57% e il 28,42% rispettivamente). Successivamente si può affermare la stessa dinamica anche per gli intervistati che hanno fatto le vacanze nel mese di settembre (scostamento di 0,33%). Invece, per quanto riguarda i dati osservati per mesi di giugno e agosto, gli intervistati sono andati meno spesso in vacanza a giugno (il 6,67% contro il 20% registrato dall'Istat) e più spesso ad agosto (scostamento di 12,86%).

La domanda successiva proposta agli intervistati chiedeva di specificare la **destinazione** del viaggio. Le scelte proposte erano: mare, lago, collina, città d'arte, montagna e "altro". Il numero di risposte registrate in percentuale del totale per ogni categoria è riportato nella Figura 3.16.

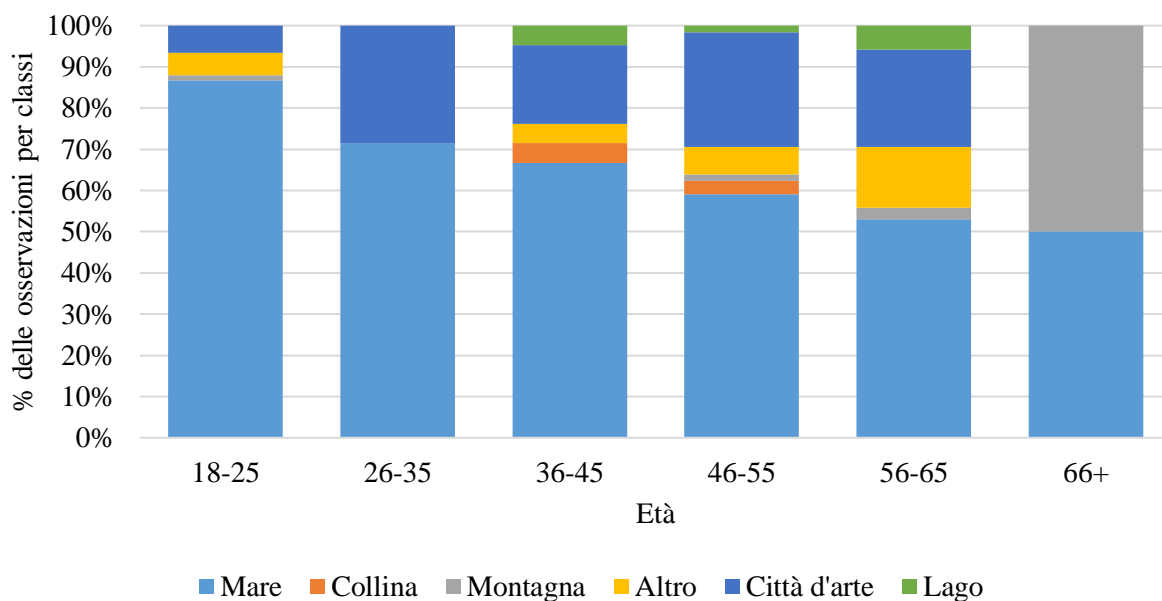
Figura 3.16 – Tipologia di destinazione delle vacanze estive 2021 dei rispondenti.



Come si può notare dal grafico a torta, la scelta di una località marittima per le vacanze estive, la più diffusa tra la popolazione, rappresenta oltre i 2/3, ovvero circa il 70% delle osservazioni. La seconda tipologia di destinazione più frequente per le vacanze estive sono le regioni montane che rappresentano il 18% delle risposte. Al terzo posto si trovano le città d'arte (il 7 % delle risposte) come Roma, Venezia e Firenze che attirano i turisti grazie al loro patrimonio artistico-culturale. Infine, ci sono altre tipologie di destinazione come collina, lago o "altro" che rappresentano congiuntamente solo il 5% dei viaggi. Sebbene queste destinazioni registrino i numeri importanti di arrivi e presenze turistiche durante l'anno (le città di interesse storico e artistico nel 2017 hanno rappresentato il 35% degli arrivi turistici da tutto il mondo e il 28% dei viaggi tra i residenti in Italia), nel periodo estivo sono trascurati dalle altre tipologie di destinazioni turistiche.

Durante l'analisi delle correlazioni tra le variabili del questionario con il software "R" è emerso che la scelta della tipologia di destinazione è correlata con l'età dei rispondenti. Per poter svolgere quest'analisi, visto che la variabile "destinazione del viaggio" ha un carattere qualitativo (è una mutabile), a ciascuna delle risposte è stato associato un numero. L'output del codice su R ha mostrato una correlazione di 0,30 tra le due variabili. Per comprendere meglio la natura del comportamento osservato è stato scelto di rappresentare i dati in forma di istogramma con colonne a 100% (Figura 3.17).

Figura 3.17 – Destinazione del viaggio e l'età degli intervistati.



In un primo momento si osserva una diminuzione delle frequenze relative osservate per la destinazione marittima, in particolare, essa scende da 0,87 per l'età compresa tra 18 e 25 anni fino ad arrivare a 0,50 per l'età maggiore di 66 anni. Dall'altro lato, si aumentano le quote delle altre destinazioni, più precisamente, la destinazione delle città d'arte raggiunge delle quote più importanti nelle classi di età comprese tra 26 e 65 anni (i più importanti sono le classi "26-35 anni" – il 28,57% e "46-55 anni" – il 27,87%). La tipologia di destinazione "altro" dei viaggi delle vacanze estive che comprende tutte le altre località non esplicitate nelle risposte precedenti rappresenta un'altra destinazione che guadagna spazio al crescere dell'età dei rispondenti. Più precisamente, la percentuale relativa delle risposte osservate è salita dal 5,33% (intervistati di età compresa tra 18 e 25 anni) a 14,71% dei rispondenti di età compresa tra 56 e 65 anni. Riassumendo, si può affermare che con il crescere dell'età degli intervistati si aumenta la varietà delle destinazioni delle vacanze estive.

L'ultima delle domande riguardanti le informazioni generali sulle vacanze ha proposto di scegliere le **attività** che sono state praticate durante il soggiorno. I dati raccolti sono indicati nella Tabella 3.3.

Tabella 3.3 – Attività svolte in vacanza dai rispondenti per tipologia di destinazione²⁷.

	Mare	Collina	Montagna	Altro	Città d'arte	Lago
Shopping	13%	33%	25%	29%	5%	50%
Escursionismo e attività all'aria aperta	-	-	-	-	-	-
Attività sportiva amatoriale o agonistica	26%	-	-	-	41%	25%
Lettura	35%	-	25%	7%	43%	25%
Spa & Wellness	3%	-	25%	-	8%	25%
Visita musei e/o spazi espositivi	20%	-	25%	64%	5%	50%
Acquisto e/o consumo di prodotti tipici eno-gastronomici	33%	-	-	64%	38%	25%
Attività in spiaggia (fare il bagno, prendere il sole, ecc.)	88%	-	-	29%	8%	25%
Visita parco giochi e/o di divertimento	3%	-	-	-	3%	-
Fotografia	16%	33%	25%	14%	11%	50%
Partecipazione ad alcuni corsi organizzati	4%	-	-	-	5%	75%
Giochi da tavola	10%	-	25%	-	8%	25%
Nessuna di queste	-	-	-	7%	-	-

Per quanto riguarda la destinazione “mare” le attività più popolari sono state le seguenti: attività in spiaggia (l'88% degli intervistati), lettura (il 35%), acquisto e/o consumo di prodotti tipici eno-gastronomici (il 33%) e attività sportiva (il 26%). Le attività principali che hanno svolto gli intervistati nelle città d'arte sono state: lettura (il 43%), attività sportiva amatoriale o agonistica (il 41%) e acquisto e/o consumo di prodotti tipici eno-gastronomici (il 38%). È stato osservato che le attività le attività più frequentemente praticati sono lo shopping e la riprese delle fotografie. Esse sono state svolte in tutte le tipologie di destinazione. La ragione di tale comportamento è rappresentata dalla volontà delle persone di documentare le loro avventure e l'esperienza sia in beni (acquisto di nuovi vestiti, prodotti ed ecc.) che in ricordi in forma fisica (le fotografie). Successivamente, è stato osservato un certo interesse verso i musei e gli spazi espositivi (osservato in tutte le tipologie di destinazioni tranne le zone collinari).

²⁷ Il simbolo “-” indica che non ci sono stati delle osservazioni per questa categoria.

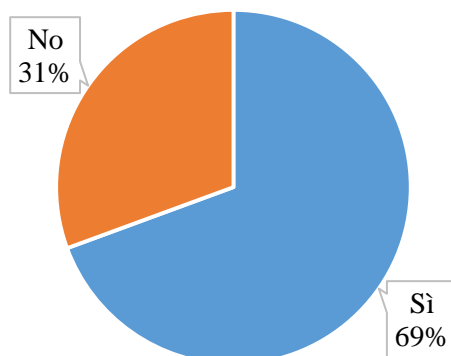
3.3 Propensione al cambiamento della struttura ricettiva a favore delle case mobili

La parte centrale del questionario rappresenta lo scopo ultimo dell'indagine – stimare la propensione della popolazione osservata a sostituire la tipologia abituale dell'esercizio ricettivo in cui hanno soggiornato durante le vacanze a favore di una struttura ricettiva come casa mobile. Le caratteristiche e le particolarità del soggiorno in una casa mobile sono state approfondite nel capitolo 3 grazie ad un breve rassegna di letteratura sull'argomento. Con il questionario, al contrario, si è voluto indagare come le case mobili vengono percepite, ovvero, qual è il loro inquadramento nel complesso delle strutture ricettive e quali sono le condizioni per far sì che un viaggiatore possa soggiornarci.

Tuttavia, è necessario specificare che l'indagine è stata strutturata appositamente attorno alle vacanze estive per il seguente motivo. I dati raccolti dall'Istat negli anni confermano che il periodo estivo è da tempo il preferito sia dagli italiani sia dagli stranieri. La motivazione di ciò è dovuta probabilmente sia alla consuetudine che all'impossibilità di assentarsi dal luogo di lavoro in altri periodi dell'anno. In altre parole, la domanda turistica si è da sempre concentrata sui mesi estivi. Per quanto riguarda l'indagine del periodo invernale, essa si soffermerebbe su un arco di tempo meno popolare i cui dati hanno una rilevanza minore nel quadro nazionale turistico. Infatti, uno studio simile avrebbe più ragioni di essere elaborato in un momento successivo, dopo aver affrontato i dati più rilevanti.

Innanzitutto, per approfondire lo stato attuale della riconoscibilità delle case mobili e le esperienze pregresse, agli intervistati è stato chiesto di specificare se hanno mai **sentito parlare o hanno mai visto una casa mobile**. È emerso che circa il 70% degli intervistati sono a conoscenza del concetto di *mobile home*. Tuttavia, quasi un intervistato su tre ha specificato il contrario (Figura 3.18)

Figura 3.18 – Quota degli intervistati che sono familiari con il concetto della casa mobile.



È importante specificare che durante un'indagine preliminare condotta su un gruppo di amici e conoscenti è emerso che il termine stesso della “casa mobile” non è facilmente congiungibile ad un concetto concreto. Così, sia per facilitare che rendere più precisa la risposta alla domanda è stato deciso di inserire un riscontro visivo, ovvero, un'immagine di una *mobile home* nel testo della domanda. Per quanto riguarda le immagini, esse sono state scelte tra quelle disponibili su Internet ed erano differenziate in base alla tipologia di struttura abituale degli intervistati e la quantità di stelle ad essa assegnata. Così è stato possibile di contestualizzare e rendere il più facile possibile il confronto con le esperienze dell'intervistato.

Interpretando i risultati osservati si può affermare che le caratteristiche degli esercizi ricettivi di campeggi e villaggi turistici potrebbero limitare una maggiore conoscenza delle case mobili. In altre parole, alcune persone, date le loro usanze, abitudini e lo stile di vita non sono particolarmente interessati alle strutture ricettive all'aperto e di conseguenza, potrebbero essere poco interessate alle *mobile home*.

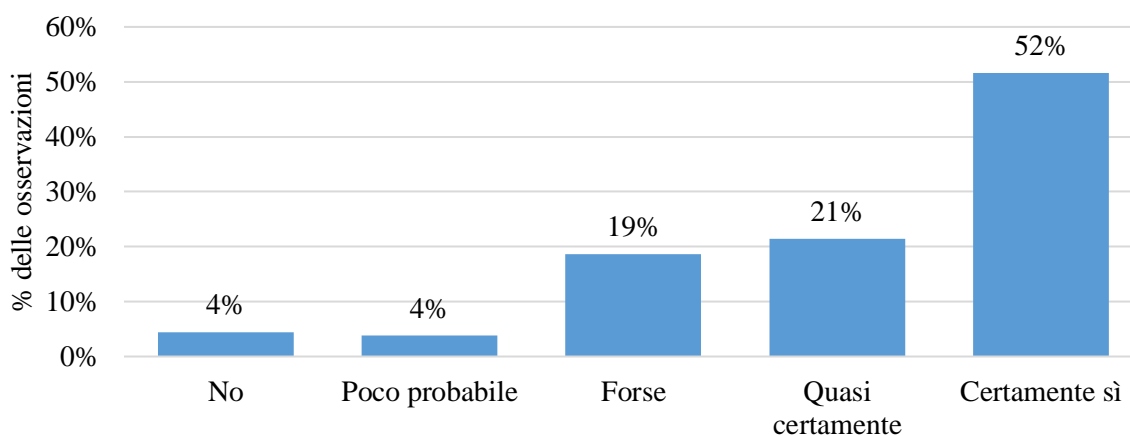
Nella domanda successiva ai rispondenti è stato chiesto di specificare la loro **disponibilità a soggiornare** gratuitamente in una casa mobile. Nella formulazione della domanda è stato volutamente escluso il fattore prezzo del soggiorno per poter concentrare l'attenzione dei rispondenti sulle caratteristiche intrinseche del soggiorno in una casa mobile. In più, analogicamente alla domanda precedente, il testo della domanda è stato integrato da una rappresentazione grafica degli allestimenti e della pianta²⁸ della struttura. In questo modo si è

²⁸ La pianta è la vista dall'alto di un edificio sezionato con un piano orizzontale, permette di studiare in modo sintetico i volumi, l'arredamento, gli infissi e gli impianti dell'edificio.

cercato di limitare la soggettività delle valutazioni indirizzando l'immaginazione degli intervistati verso le caratteristiche oggettive e precise del soggiorno.

Da una prima analisi è stato notato un successo inaspettato della proposta, ovvero, la percentuale di risposte degli intervistati che valutano la possibilità del soggiorno in una casa mobile come “certamente sì”, “quasi certamente” e “forse” è stata circa del 92% sul totale degli intervistati (Figura 3.19). Più della metà delle persone che hanno risposto al questionario (il 52%) sarebbe sicuramente disposto a soggiornare gratis in una mobile home. Tuttavia, il 4% dei rispondenti ha rinunciato alla proposta ed un altro 4% valuta la possibilità di accettare la proposta come “poco probabile”.

Figura 3.19 – Disponibilità a soggiornare gratuitamente in una casa mobile.



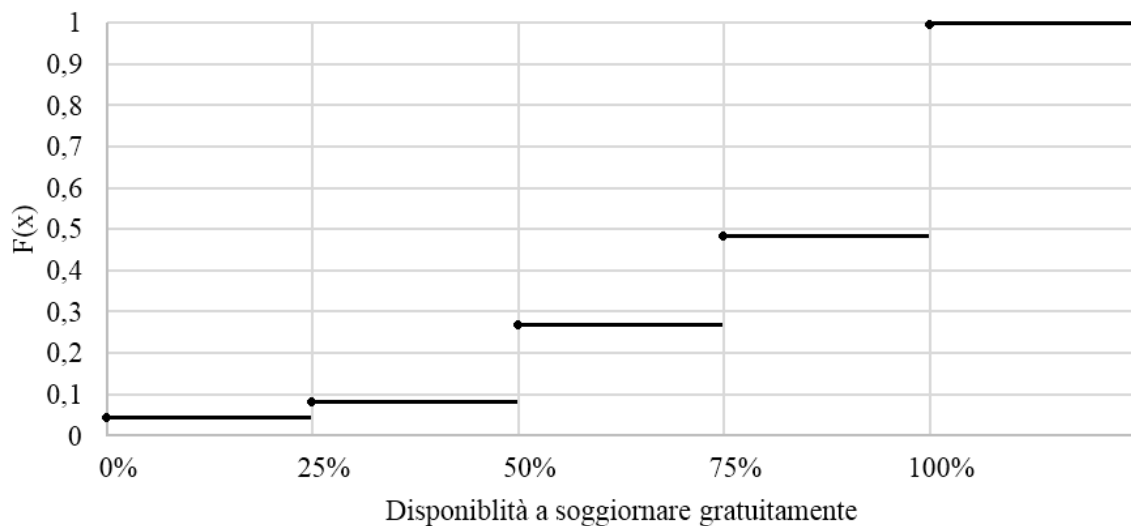
Dai dati appena osservati si può desumere che il mercato ricettivo delle case mobili ha delle possibilità di espansione visto che la maggior parte della popolazione osservata accoglierebbe l'idea volentieri. Tuttavia, come in tutte le aree di business, l'espansione di mercato non significa solo l'organizzazione di un numero più elevato delle strutture a disposizione del cliente. L'ampliamento deve soprattutto accontentare le aspettative del cliente, ovvero, lo standard qualitativo del servizio offerto deve essere tale da poter competere con le altre tipologie di strutture ricettive (la qualità, a sua volta, è in costante crescita – Tabella 2.1). Inoltre, si può affermare che per competere con le strutture ricettive di massa come catene alberghiere o gli stessi campeggi o villaggi turistici noti è necessario organizzare la comunicazione aziendale in maniera talmente efficace da superare le abitudini e le usanze dei viaggiatori nel momento della scelta della struttura ricettiva per le vacanze.

Per proseguire l'analisi è stato deciso di riportare la funzione di ripartizione $F(x)$ e di calcolare il valore atteso $E(x)$. A tale scopo, agli attributi osservati del questionario sono stati attribuiti

dei valori su scala ordinale. In altre parole, alle risposte degli intervistati che hanno scelto “certamente sì” è stato associato il valore del 100%, alle risposte “quasi certamente” – il 75%, “forse” – il 50%, “poco probabile” – 25% e alla risposta “no” – lo 0%. Dai calcoli effettuati risulta che il valore atteso $E(x)$ della variabile “probabilità di soggiorno” è di 0,7802, ovvero, in media, possibilità che una persona possa essere disponibile a soggiornare in una casa mobile al posto della sua struttura ricettiva abituale è del 78,02%.

Successivamente, grazie alle frequenze relative delle osservazioni, è stata costruita la funzione di ripartizione della variabile “probabilità di soggiorno” (Figura 3.20).

Figura 3.20 – Distribuzione cumulata della variabile “probabilità di soggiorno”.



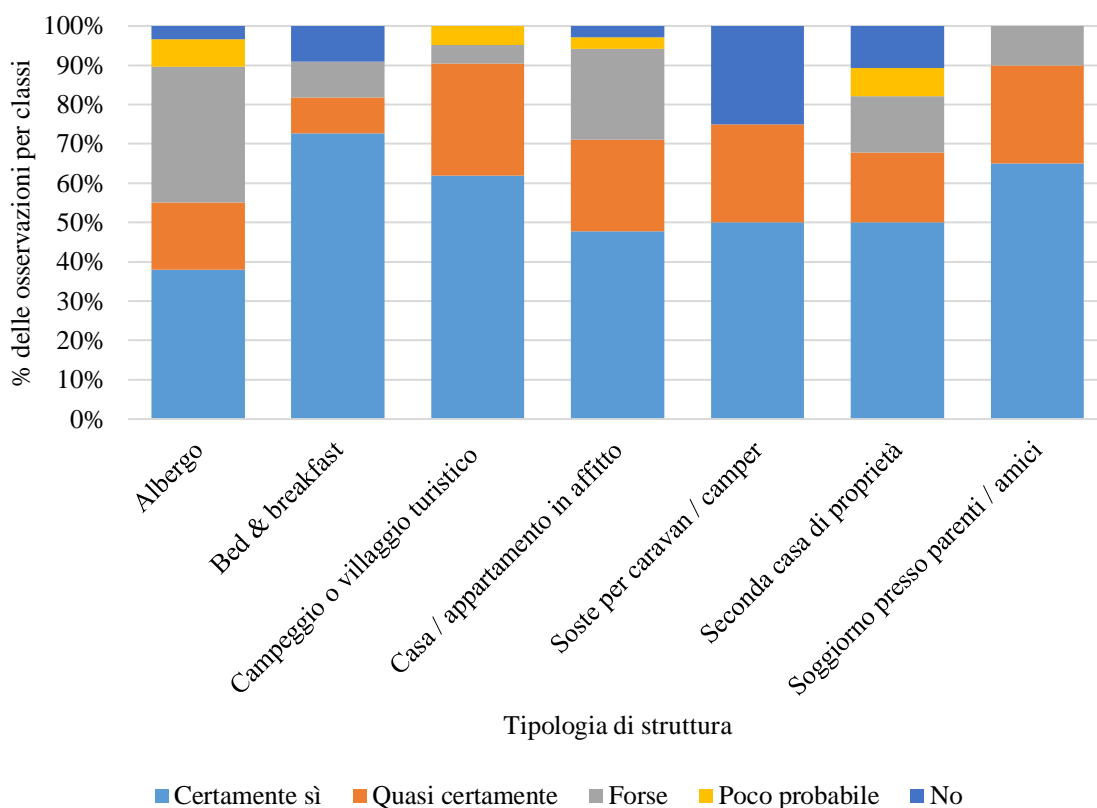
Innanzitutto, il grafico presenta dei “salti” in valori della funzione di ripartizione che si osservano in prossimità dei valori corrispondenti alle risposte del questionario. La causa di un tale comportamento della variabile è la natura delle osservazioni: i dati raccolti sono stati dei valori puntuali e non raggruppati in classi. Dalla figura si può percepire un andamento esponenziale della frequenza cumulata. Di fatto, l’ampiezza dei “salti osservati” è rappresentata dalla frequenza relativa che aumenta più che proporzionalmente all’aumentare del valore della variabile “disponibilità a soggiornare” (Tabella 3.4).

Tabella 3.4 – Frequenze relative per la variabile “probabilità di soggiorno”.

Probabilità di soggiorno	$f(x)$
0%	0,043956
25%	0,038462
50%	0,186813
75%	0,214286
100%	0,516484

Infine, per finire l’analisi della disponibilità dei rispondenti a soggiornare in un casa mobile al posto della struttura ricettiva abituale è stato scelto di svolgere un’analisi bivariata su come l’interesse per il soggiorno nelle *mobile home* dipende dalla scelta della struttura di soggiorno abituale (Figura 3.21).

Figura 3.21 – Propensione al cambiamento per tipologia di struttura ricettiva abituale.

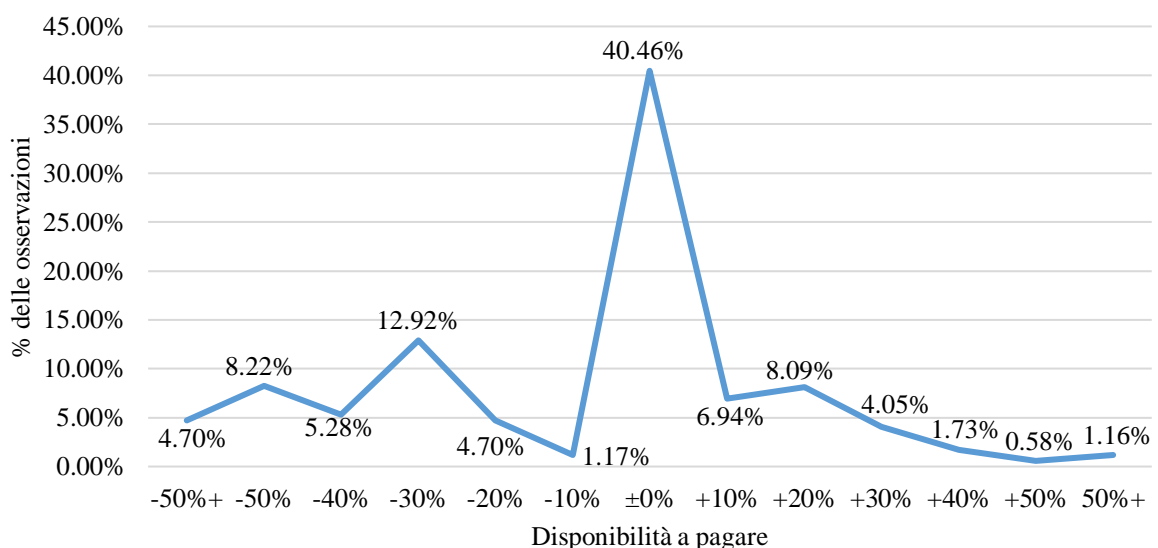


Si può osservare che i clienti delle strutture alberghiere rappresentano in media la porzione della popolazione meno propensa al cambiamento. Invece, i viaggiatori che pernottano prevalentemente nelle strutture *bed & breakfast*, al contrario, rappresentano i clienti con la più grande propensione al cambiamento tra le osservate (circa il 73% dei rispondenti che si fermano nei *bed & breakfast* ha risposto “certamente sì”). Il secondo segmento di rispondenti più

favorevole al soggiorno in un *mobile home* è composto da coloro che soggiorna durante le vacanze presso parenti o amici (le risposte “certamente sì” e “quasi certamente” rappresentano congiuntamente il 90% delle osservazioni). Gli intervistati che si fermano in una casa o in un appartamento in affitto, nelle soste per camper e caravan o in una seconda casa di proprietà hanno mostrato un interesse più limitato. Tuttavia, per queste categorie si osserva in media il 50% delle risposte “certamente sì” e il 20% delle risposte “quasi certamente”.

L’analisi del questionario proposto prosegue con l’osservazione della **disponibilità a pagare** per il soggiorno in una casa mobile. Per facilitare la risposta al quesito, durante la fase di stesura del questionario è stato deciso di scomporre la domanda in 3 parti. Così, nella prima fase è stato chiesto agli intervistati se sono disponibili a pagare di più per il soggiorno in una *mobile home*, nella loro struttura abituale o se sono indifferenti. Successivamente, in base alla risposta della domanda precedente, è stato proposto di specificare la grandezza della disponibilità dal 10% in più o in meno fino ad arrivare oltre il 50% in più o in meno per il soggiorno in una casa mobile. Per facilitare ulteriormente e rendere più oggettiva l’osservazione agli intervistati è stata data la possibilità di tornare alle domande precedenti e poter visualizzare le immagini delle case mobili. I risultati delle tre domande sono riportati nella Figura 3.22.

Figura 3.22 – Disponibilità a pagare per il soggiorno in una casa mobile rispetto alla struttura ricettiva abituale.



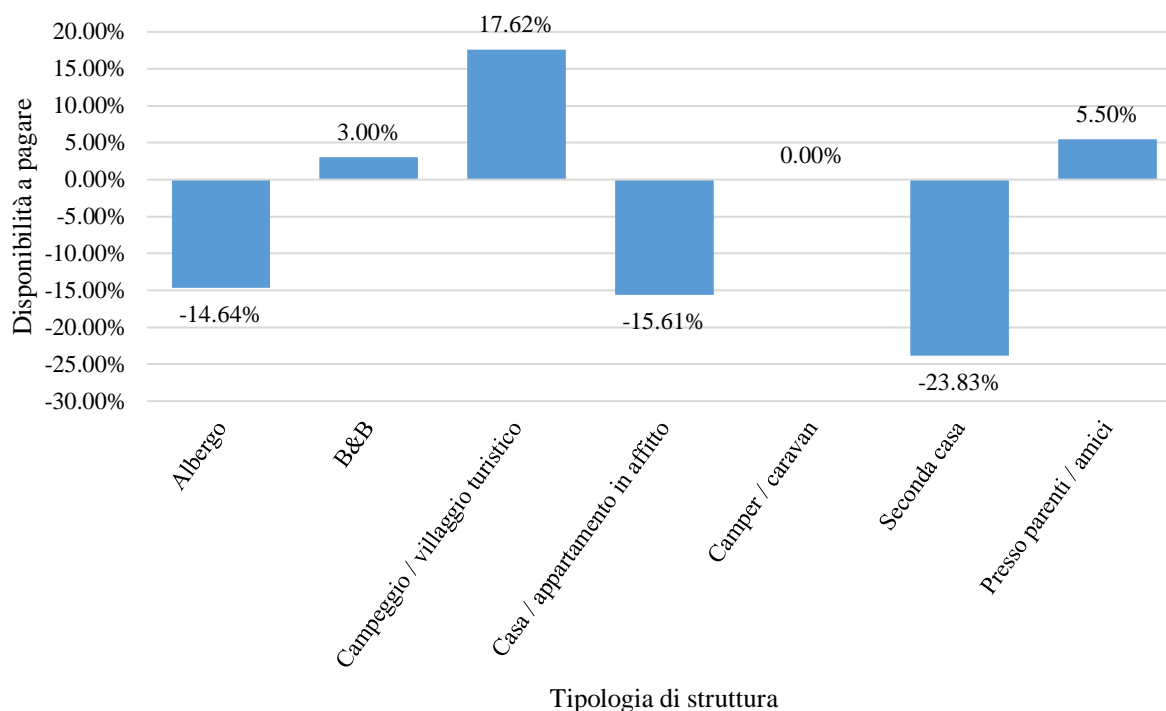
In un primo luogo, dal grafico si nota un picco della frequenza relativa alla disponibilità a pagare per il soggiorno nella casa mobile lo stesso prezzo che viene speso per la permanenza nella struttura ricettiva abituale (circa il 40% degli intervistati). Inoltre, confrontando la parte destra

e sinistra del grafico, ovvero le risposte osservate per la disponibilità a pagare maggiore o minore, si nota che le osservazioni della parte sinistra sono più numerosi rispetto alla parte sinistra del grafico: frequenza relativa media del 6,17% contro il 3,76%. Di conseguenza, si può affermare che in media ci sono più persone che debbano accettare uno sconto per il soggiorno in una casa mobile che le persone che sono disposte a pagare in più per pernottare nella *mobile home*.

Successivamente per la variabile “disponibilità a pagare” è stato calcolato il valore atteso $E(x)$ pari al -8,77%. In questo caso si può affermare che le strutture ricettive che offrono un soggiorno nelle case mobili in media debbano proporre dei prezzi leggermente inferiori rispetto al livello medio dato per un certo standard qualitativo del soggiorno. Tuttavia, per far sì che si possa evitare il rischio di perdere alcuni clienti a causa di un prezzo offerto troppo alto è consigliato l’uso delle strategie di discriminazione di prezzo. La loro implementazione consente di variare il prezzo offerto al consumatore e soddisfare più segmenti della domanda estraendo una parte maggiore del surplus che egli rappresenta. Per esempio, applicando dei prezzi di pernottamento più alti e non giustificati dall’incremento si riesce a profilare la domanda e proporre dei prezzi personalizzati ai clienti.

Successivamente, per proseguire l’analisi della disponibilità a soggiornare in una *mobile home* è stato deciso di analizzare la relativa variabile congiuntamente alla tipologia di struttura abituale di soggiorno (Figura 3.23).

Figura 3.23 – Disponibilità a pagare per varie tipologie di strutture ricettive.



Prima di iniziare l'analisi dei dati presentati è necessario specificare che il costo di soggiorno nella struttura ricettiva abituale è stato lasciato alla libera interpretazione degli intervistati. L'unica categoria per la quale sono state imposte delle limitazioni è stata quella degli esercizi alberghieri. Così, agli intervistati è stato chiesto di comparare il soggiorno in una casa mobile con il soggiorno nell'albergo abituale, ma con il solo servizio di prima colazione e non mezza pensione o pensione completa. Di conseguenza, si può affermare che i valori puntuali rilevati erano influenzati dalle caratteristiche intrinseche del soggiorno pregresso (che non hanno fatto parte dell'oggetto di rilevazioni) ed hanno avuto un forte carattere soggettivo. Quindi, per la fase di analisi è stato deciso di osservare solo il valore di media ponderata per ogni classe e non i valori puntuali in quanto non rappresentativi.

Innanzitutto, dalla figura si nota che il gruppo di persone disposto a pagare più degli altri è quello che ha soggiornato l'estate scorsa all'interno delle strutture ricettive all'aperto. La media osservata per questa categoria è del 17,62% in più rispetto al prezzo di soggiorno standard. Tuttavia, la dinamica positiva osservata nel questionario non coincide con l'andamento effettivo dei prezzi. In altre parole, visto che il prezzo di affitto di una piazzola all'interno dei campeggi o villaggi turistici, in media, costa meno dell'affitto di una casa mobile dal 30 al 100

percento²⁹, è poco probabile pensare che le due tipologie di soggiorno possano avere una differenza così bassa (del 17,62%).

Il secondo *cluster* individuato durante la fase di analisi rappresenta i clienti delle strutture come *bed & breakfast*, aree soste per camper e caravan e il soggiorno presso amici o parenti. Gli utenti di queste strutture sono disposti a pagare un prezzo simile a quello relativo alle rispettive strutture di soggiorno per affittare una *mobile home* (+3%, 0% e +5,5% rispettivamente).

Vale a dire che il soggiorno in una *mobile home* allo stesso prezzo potrebbe essere più vantaggioso rispetto al possesso di un camper o caravan visto i relativi costi di acquisto dei mezzi stessi. Tuttavia, una volta esclusi i costi di accesso ai mezzi di pernottamento, è scorretto pensare che i costi di soggiorno nelle rispettive strutture possano essere uguali in vista dei costi supplementari incaricati dai gestori delle strutture ricettive all'aperto per l'ammortamento delle strutture.

Per quanto riguarda la veridicità del confronto con il soggiorno in un *bed & breakfast*, è probabile che affitto della camera e della *mobile home* con lo stesso standard qualitativo possano avere un prezzo simile visto un certo "parallelismo" tra i servizi offerti al cliente. Per quanto riguarda la struttura dei costi delle due strutture, l'ammontare della liquidità necessaria per la predisposizione di una struttura *bed & breakfast* supera in media di 1 volta e mezzo i relativi costi di predisposizione di una casa mobile³⁰. A questo punto, vista la disponibilità dei clienti ad accettare lo stesso prezzo per il soggiorno in tutte e due le strutture, i gestori dei campeggi hanno più "spazio di manovra" per i servizi accessori che possono attirare il turista.

Per quanto riguarda le persone che soggiornano durante le vacanze presso amici o parenti è difficile immaginare che una casa mobile con lo stesso standard qualitativo di permanenza possa essere affittata al costo che viene sostenuto durante la permanenza in una casa di proprietà altrui. Di conseguenza, è poco probabile che questa parte di popolazione possa rappresentare un mercato potenziale ed essere interessante per i gestori di campeggi o villaggi turistici.

Un altro raggruppamento di clienti delle strutture ricettive rispetto alla disponibilità a pagare per il soggiorno in una casa mobile è stato individuato attorno al livello dei -15%. Le persone che pernottano abitualmente negli alberghi sono disposte ad accettare, in media, uno sconto del 14,64% per scegliere di soggiornare in una *mobile home*. Approfondendo più in dettaglio la

²⁹ I dati sono stati raccolti sul sito www.pitchup.com.

³⁰ Come costi di predisposizione si intendono i costi relativi alla costruzione o alla ristrutturazione delle strutture, i costi relativi ai diritti reali sul terreno, ecc.

possibilità di conversione si può affermare che i servizi offerti nelle due tipologie di strutture ricettive hanno una natura diversa e necessitano di una stima edonica per essere confrontati correttamente. Ciò nonostante, secondo una prima analisi, la differenza osservata in disponibilità a pagare è sostenuta dalla differenza nei prezzi di pernottamento. Per quanto riguarda la struttura dei costi delle due strutture, la costruzione di un albergo dello stesso standard qualitativo in media costa il 26% in più³¹. Di conseguenza, analogicamente alle strutture *bed & breakfast*, i gestori dei campeggi e villaggi turistici composti dalle case mobili possono avere una forbice prezzo ricavo – prezzo costo maggiore.

Per quanto riguarda le persone che prediligono soggiornare in una casa o appartamento in affitto, esse sono disponibili a soggiornare in una casa mobile se il relativo costo è minore del costo abituale del soggiorno in media del 15,61%. Confrontando i dati sui prezzi medi di affitto degli appartamenti nelle località turistiche nel periodo estivo appare che il relativo costo è simile o leggermente superiore al prezzo di affitto di una casa mobile nel campeggio. Di conseguenza, si può ipotizzare che con un'adeguata comunicazione da parte delle strutture ricettive all'aperto ci siano le possibilità di convertire alcuni turisti di questo segmento, in particolare, coloro che valutano la superficie dei locali come caratteristica meno importante. Ci sono le possibilità di convertire alcuni turisti di questo segmento, in particolare, coloro che valutano la superficie dei locali come caratteristica meno importante.

Infine, l'ultima domanda a cui è stato proposto agli intervistati di rispondere chiedeva di valutare la somiglianza di un ipotetico soggiorno in una casa mobile con le altre tipologie delle strutture ricettive. In altre parole, i rispondenti dovevano specificare quanto il soggiorno in un albergo, in un camper/roulotte, in un alloggio in affitto o in un bungalow possa assomigliare al soggiorno in una casa mobile. Nella Figura 3.24 sono rappresentati i dati osservati, mentre nella Tabella 3.5 sono riportati le medie delle risposte rilevate.

³¹ A seconda della posizione il costo di costruzione di un hotel di 4 stelle varia tra i 2 300€ e 3 000€ mentre il costo medio della casa mobile di simile standard qualitativo è tra i 1 800€ e 2 400€. Tuttavia, i costi di gestione caratteristica per metro quadro di struttura sono simili.

Figura 3.24 – Grado di somiglianza del soggiorno in una casa mobile con le altre tipologie di strutture ricettive.

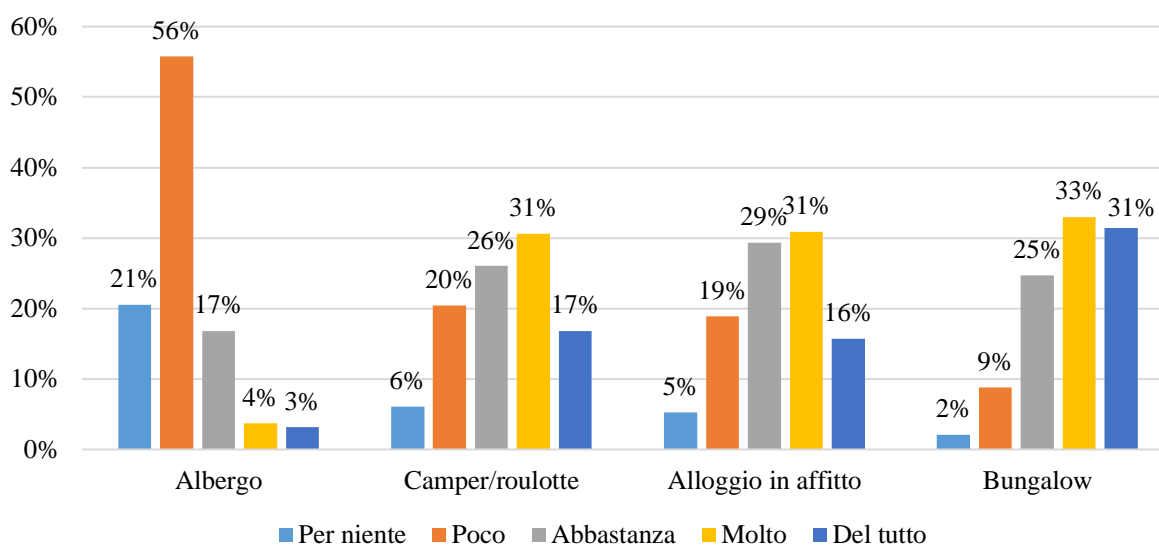


Tabella 3.5 – Media delle risposte per tipologia di struttura ricettiva di confronto, domanda n.14.

Il soggiorno in una casa mobile assomiglia al soggiorno in un:	Media osservata
Albergo	1,13
Camper / roulotte	2,32
Alloggio in affitto	2,33
Bungalow	2,84

Dalla figura precedente si nota che la valutazione del soggiorno in un albergo si differenzia dalle altre tipologie delle strutture ricettive per un grado basso di somiglianza. Ovvero, circa il 21% degli intervistati hanno risposto che il pernottamento in un albergo non assomiglia “per niente” al soggiorno in una casa mobile e circa il 56% dei rispondenti hanno risposto che le due tipologie di strutture ricettive si assomigliano “poco”. Analizzando il valore della media dei dati, che corrisponde all’incirca, alla risposta “poco” è stata confermato il trend osservato nella Figura 3.21, ovvero, che gli alberghi hanno un tasso di conversione dei pernottamenti minore a favore delle case mobili rispetto alle altre tipologie di strutture ricettive.

Per quanto riguarda il soggiorno nei camper/roulotte o in un alloggio in affitto, tutte e due le tipologie di pernottamento seguono circa la stessa distribuzione delle risposte. In altre parole, secondo gli intervistati il soggiorno in una mobile home è stato valutato, in media, come

“abbastanza” simile al soggiorno nelle due tipologie di strutture ricettive elencate in precedenza.

In merito al soggiorno in un allestimento mobile come camper o roulotte si può motivare un grado maggiore di somiglianza dovuto alle caratteristiche simili delle strutture cioè: la riduzione degli spazi abitativi, la possibilità di avere un contatto con la natura più approfondito e una dotazione simile di servizi extra durante il periodo di soggiorno. Invece, per quanto riguarda i motivi della somiglianza con il soggiorno in un alloggio in affitto, la similitudine degli allestimenti interni ed arredi ha fatto sì che il pernottamento in sé nelle due tipologie delle strutture ricettive possa essere simile nonostante un posizionamento diverso all'interno del settore nei confronti della clientela.

Infine, ai rispondenti è stato chiesto di confrontare il pernottamento in un casa mobile con il soggiorno in un bungalow. Il risultato della comparazione ha confermato l'ipotesi iniziale di un alto grado di similitudine con la media delle affermazioni che all'incirca corrisponde alla risposta “molto” in termini di somiglianza. In altre parole, tutte e due le tipologie delle strutture fanno parte dei c.d. “allestimenti fissi” e sono collocate all'interno dei campeggi e dei villaggi turistici. Di conseguenza, si assomigliano sia sotto il profilo dei servizi proposti al cliente, sia sotto il profilo delle caratteristiche strutturali degli allestimenti.

3.4 Stima della domanda potenziale

In seguito all'analisi descrittiva, è stato deciso di esaminare in modo più approfondito i dati raccolti. Si è cercato, così, di ipotizzare una possibile curva di domanda per le strutture ricettive composte da case mobili unendo i dati delle risposte al questionario con quelli della domanda attuale alle varie tipologie delle strutture ricettive italiane. È importante specificare che il questionario è stato proposto principalmente alle persone residenti in Italia o di origine italiana. Perciò, la successiva stima della domanda sarà riferita solo alla porzione turistica proveniente dal territorio italiano.

In un primo momento, è stato definito il numero di persone che sono interessate ad un soggiorno nella casa mobile qualora ci sia una reale offerta. Tale gruppo è stato individuato nei rispondenti che hanno selezionato la risposta “certamente sì” alla domanda sulla possibilità di soggiornare gratis in una mobile home. Successivamente, mettendo a confronto i dati Istat sugli arrivi dei turisti nel 2019, in media, circa il 52% (Figura 3.20) della popolazione residente in Italia potrebbe essere considerato come una potenziale domanda delle strutture ricettive nelle case

mobili. Tuttavia, poiché non tutti i clienti potrebbero incontrare un prodotto di loro interesse, ad esempio, per la localizzazione o per la tipologia di arredamento non adeguati alle loro preferenze, il numero ricavato in precedenza è stato ulteriormente diminuito. Il coefficiente di diminuzione è stato rilevato esaminando le risposte alla domanda n. 14, ovvero, sulla similitudine del soggiorno nei complessi ricettivi con il pernottamento nella mobile home. Il procedimento è stato descritto nell'appendice C. I dati relativi coefficienti di sostituibilità del soggiorno sono riportati nella Tabella 3.6.

Tabella 3.6 – Numero degli arrivi per tipologia della struttura ricettiva possibilmente convertibile nella domanda per il pernottamento nelle case mobili.

Tipologia della struttura ricettiva	Arrivi turistici 2019	Propensione al cambiamento ³²	Coefficiente di sostituibilità ³³	Arrivi potenziali
Casa / appartamento in affitto	5.012.091	0,48	0,14	324.805
Albergo	50.421.984	0,38	0,5	956.279
<i>Bed & Breakfast</i>	1.633.062	0,73	0,7	83.138
Campeggi e villaggi turistici (escluse allestimenti fissi)	4.066.319	0,62	0,15	377.587

È importante specificare che, non essendo disponibili i numeri dei relativi flussi turistici, non sono state incluse nella stima altre tipologie di strutture di soggiorno quali, per esempio, quelle presso amici o parenti e nella seconda casa di proprietà. Si è deciso quindi di proseguire nella stima della domanda potenziale del soggiorno nelle case mobili con i dati riportati nella tabella precedente.

Successivamente, per poter realizzare la curva di domanda potenziale, è necessario definire le grandezze riportate sull'asse delle ordinate, ovvero, il prezzo. A tale scopo, poiché le quantità prese in considerazione riguardano i flussi turistici totali registrati per tutto il territorio nazionale, sono stati rilevati i costi medi in Italia del pernottamento nelle strutture ricettive di confronto.

³² Il coefficiente “propensione al cambiamento” rappresenta la percentuale di coloro che hanno soggiornato la scorsa estate presso una certa tipologia delle strutture ricettive e hanno risposto “certamente sì” alla domanda sulla possibilità di soggiornare gratis in una *mobile home*.

³³ Il “coefficiente di sostituibilità” rappresenta il grado di somiglianza tra il soggiorno in una delle strutture ricettive ed il pernottamento in una casa mobile.

È stato scelto, come costo medio di soggiorno nella struttura ricettiva, il prezzo di una camera doppia. Non state riportate delle rivelazioni statistiche riguardanti i prezzi medi dell'anno 2022: questi ultimi sono stati calcolati moltiplicando i dati raccolti per il valore cumulato dell'indice IPC (Indice dei Prezzi al Consumo) italiano. I prezzi medi ricavati sono riportati nella Tabella 3.7.

Tabella 3.7 – Prezzi medi di pernottamento nelle varie tipologie delle strutture ricettive.

Tipologia della struttura ricettiva	Prezzo medio di pernottamento
Casa / appartamento in affitto	68,67€
Albergo	109,44€
<i>Bed & Breakfast</i>	72,66€
Campeggi e villaggi turistici (esclusi i soggiorni in case mobili)	35,72€

Per quanto riguarda la procedura della realizzazione della rappresentazione grafica della domanda potenziale del soggiorno in una casa mobile relativa ai flussi turistici delle varie tipologie di strutture ricettive, verrà riportata a seguire.

In un primo momento è necessario definire come vengono attribuiti i valori assoluti in base alla disponibilità a pagare. Le fasi del procedimento sono due:

- Alla risposta se si è indifferenti a spendere per pernottare in una casa mobile, ovvero, essere disponibili a pagare lo stesso prezzo per soggiornare nella struttura ricettiva abituale è stato attribuito il valore assoluto corrispondente al costo medio di pernottamento riportato nella Tabella 3.7.
- Sono stati calcolati i livelli di prezzo corrispondenti alla disponibilità a pagare in più o in meno moltiplicando il valore “base” ricavato nel punto precedente per la differenza in prezzi potenzialmente accettabile dal turista.

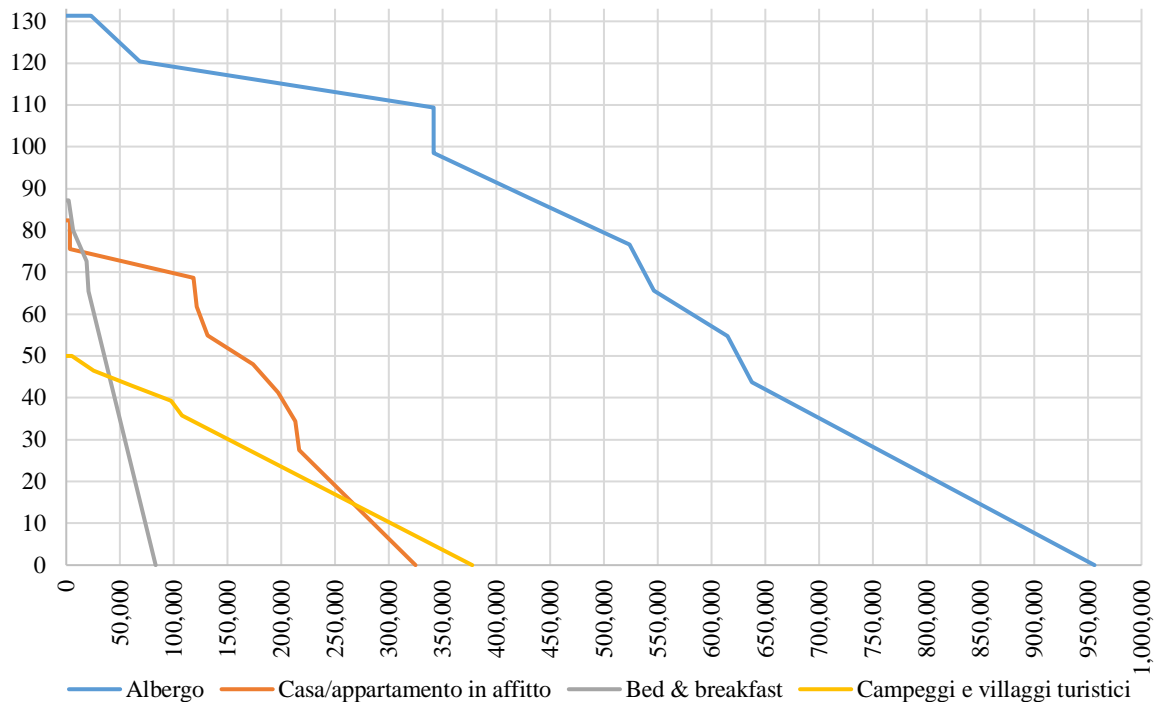
Per quanto riguarda il procedimento della misurazione del numero riportato sull'asse delle ascisse di persone che potrebbero soggiornare in una casa mobile, dato un certo livello di prezzo, esso si articola in tre fasi principali:

- Sono state calcolate le frequenze relative di ciascuna risposta per la variabile “disponibilità a pagare”. Essa è stata calcolata attraverso l'osservazione congiunta delle domande complementari n. 11, 12 e 13 sulla disponibilità a pagare per una data tipologia di struttura ricettiva.

- È stata calcolata la frequenza cumulata della variabile “disponibilità a pagare”. Il valore del 100% è stato associato alla disponibilità a pagare corrispondente al minor prezzo osservato con il questionario.
 - Per calcolare la posizione dell’ultimo punto osservato con il questionario, ovvero, della disponibilità minima a pagare, è stata ricavata la retta che congiunge i due punti posizionati sugli assi cartesiani. Dopodiché, è stato calcolato il valore della ascissa in corrispondenza della disponibilità minima a pagare osservata nel questionario ed è stato associato al valore 1 della frequenza cumulata.
- Per rappresentare la variazione della disponibilità a pagare, i valori della frequenza cumulata sono stati moltiplicati per il numero delle presenze calcolato nel punto precedente. L’ultimo punto della funzione ottenuta è stato collegato al valore riportato nella Tabella 3.6 e posizionato sull’asse delle ascisse al fine di completare la curva della domanda potenziale.

Di seguito (Figura 3.25) vengono riportati i grafici della domanda potenziale del soggiorno in una casa mobile in base alla struttura ricettiva abituale realizzati secondo le modalità descritte in precedenza.

Figura 3.25 – Domanda potenziale di pernottamento nelle case mobili per tipologia di struttura ricettiva abituale.



Nella figura si osserva che le funzioni rappresentate presentano un andamento diverso.

La prima funzione, evidenziata in blu, riporta la domanda potenziale da parte delle persone che soggiornano abitualmente durante le loro vacanze negli alberghi. Si può notare che nella sua prima parte (in corrispondenza del prezzo di circa 110-131 euro per una camera doppia) presenta un andamento con una pendenza moderata e potrebbe indicare un primo gruppo di potenziali clienti che sarebbero disposti a pagare un prezzo più alto possibile per soggiornare in una mobile home. La dimensione del gruppo è di circa 340 mila persone. Successivamente, la funzione presenta un andamento pressoché regolare fino ad esaurire la disponibilità a pagare. La pendenza media della retta in questa parte indica che, in media, diminuendo il prezzo di pernottamento di 1€, circa 5.600 persone sono disposte a pernottare nella casa mobile.

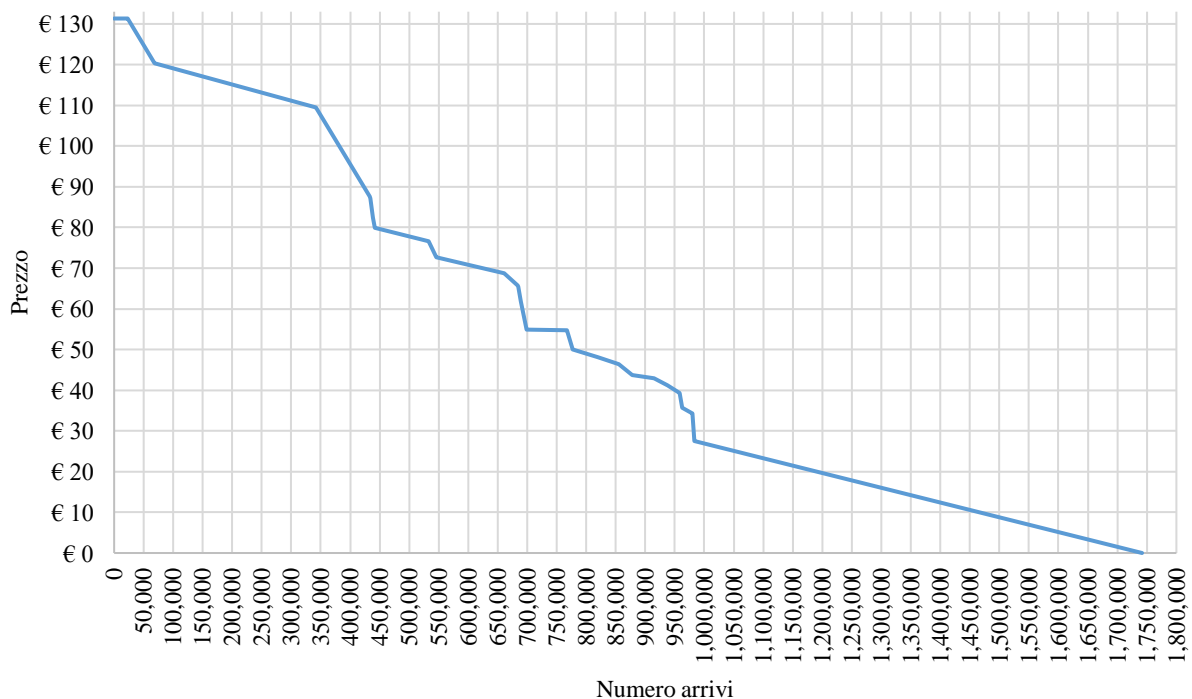
La seconda funzione rappresentata riporta la domanda potenziale di un soggiorno in una mobile home da parte delle persone che risiedono regolarmente nelle case o appartamenti in affitto. Anche in questo caso si osserva una parte iniziale (in corrispondenza del livello di prezzo compreso tra circa 69 e 75 euro per due persone) con una pendenza regolare e minore rispetto alla parte restante del grafico. Di conseguenza, si può affermare che, circa 120 mila persone sarebbero disposte a soggiornare in una casa mobile se il prezzo fosse di circa 35€ a persona

per una notte. La parte restante del grafico presenta un andamento pressoché regolare con una pendenza del $-0,00332$. In altre parole, per ogni euro in meno ci sarebbero circa 3.000 persone disposte a soggiornare in una casa mobile.

Per quanto riguarda la domanda potenziale da parte delle persone che pernottano regolarmente nei campeggi, nei villaggi turistici o nelle strutture quali bed & breakfast, presentano andamenti pressoché regolari. Tuttavia, la curva di domanda evidenziata in grigio, che si riferisce alle strutture bed & breakfast, risulta essere più pendente e, di conseguenza, può essere definita più rigida. La pendenza media di tale curva indica che ci sarebbero solo circa 950 persone in più per una diminuzione del costo di soggiorno pari a 1 euro. Invece, la curva di domanda delle persone che soggiornano abitualmente nelle strutture ricettive all'aperto risulta essere più elastica. Più precisamente, il numero degli arrivi aumenta di circa 7.500 persone per ogni diminuzione di prezzo pari a 1 euro.

Concludendo, per quanto riguarda la stima di domanda potenziale di pernottamento nelle case mobili, è stato deciso di sommare orizzontalmente le funzioni presenti nella Figura 3.25. Di conseguenza, è stato possibile ricavare la funzione di domanda potenziale complessiva. Il suo grafico viene riportato nella Figura 3.26.

Figura 3.26 – Domanda potenziale complessiva di pernottamento nelle case mobili.



La funzione ottenuta presenta un andamento non regolare nella maggior parte del grafico. Tuttavia, si possono individuare degli intervalli che segnano una domanda o più rigida o più elastica. Gli intervalli in corrispondenza ai livelli di prezzi compresi tra circa 27 e 39 euro, tra 55 e 68 euro e tra 80 e 110 euro raffigurano le parti della domanda più rigida. Gli intervalli non indicati nel grafico rappresentano i segmenti della clientela con una domanda più elastica.

Per approfondire l'analisi del grafico ottenuto è stato deciso di calcolare un fatturato ipotetico che potrebbe produrre il settore delle strutture ricettive composte da case mobili qualora ci fosse un'offerta di pernottamento adeguata alla domanda. Per poter effettuare la stima, i numeri degli arrivi per ciascuno dei livelli di prezzi individuati sono stati trasformati in numeri di presenze utilizzando l'indice di permanenza media delle strutture ricettive all'aperto³⁴. Inoltre, sono stati scelti i 3 livelli di prezzo ottimali che potrebbero indicare le 3 tipologie di soggiorno diverse in base alle caratteristiche dell'offerta. Così, per formulare i prezzi sono stati scelti gli estremi inferiori degli intervalli più elastici della domanda. Il fatturato per categoria è stato calcolato moltiplicando il numero di presenze per la tariffa di soggiorno per una persona. I dati indicati sopra sono rappresentati in modo sintetico nella Tabella 3.8.

Tabella 3.8 – Stima delle caratteristiche del settore ricettivo di case mobili.

Numero gruppo per qualità	Prezzo a persona ³⁵	Numero presenze	Fatturato
1	54,72€	2.321.108	127.015.818,01€
2	34,34€	2.167.761	74.434.050,48€
3	19,64€	2.021.244	39.705.314,11€
Totale		6.510.113	241.155.182,60€

Come si può notare dai dati riportati nella tabella precedente, il valore del fatturato complessivo del settore di strutture ricettive composte da case mobili è pari a circa 241 milioni di euro. In altre parole, esso rappresenta circa il 22% del fatturato settore dei campeggi e villaggi turistici³⁶ registrato nel 2019.

³⁴ Questa scelta è motivata dal fatto che case mobili possono offrire il soggiorno ai turisti solo se vengono posizionate all'interno dei campeggi e villaggi turistici.

³⁵ I prezzi presenti nella tabella sono stati ottenuti dimezzando i valori scelti (109,44€; 68,67€; 39,29€) in quanto essi rappresentano il prezzo di soggiorno in una camera doppia, ovvero, per due persone.

³⁶ Fonte: Agenzia delle Entrate, dati sul fatturato nel 2019 del settore BG58U: "strutture ricettive all'aperto". Il fatturato del settore è stato pari a 1.077.713.820€.

Conclusioni

Sintetizzando il lavoro svolto finora è opportuno evidenziare che il settore turistico ed il suo comparto ricettivo mostrano un andamento recente positivo e attualmente si stima il ritorno ai livelli pre-pandemici di arrivi e presenze internazionali per la stagione estiva del 2023. In particolare, nella zona meridionale dell'Europa si osservano dei risultati migliori rispetto alla media mondiale che favorisce ulteriormente la ripresa del settore turistico nazionale.

Per quanto riguarda le case mobili come strutture ricettive, è necessario considerare in un primo momento le strutture ricettive all'aperto poiché, secondo la normativa nazionale, gli allestimenti mobili delle mobile home possono essere posizionati solo all'interno dei campeggi e villaggi turistici. Dopo un'analisi più approfondita del settore si seleziona il nord-est dell'Italia come la zona più favorevole all'introduzione più ampia del prodotto della casa mobile in quanto risulta essere più competitiva rispetto al resto del territorio nazionale.

Parlando dei dati raccolti con il questionario, si sottolinea un notevole interesse da parte degli intervistati nei confronti del pernottamento in una casa mobile. In particolare, il maggior interesse hanno mostrato le persone che soggiornano abitualmente nelle strutture bed & breakfast e campeggi / villaggi turistici (esclusi gli allestimenti fissi). Tuttavia, osservando i dati sulla disponibilità a pagare per il pernottamento si nota, in media, una disponibilità minore a pagare rispetto al soggiorno nella struttura ricettiva abituale. Successivamente, è stato costruito il grafico della domanda potenziale di pernottamento nelle case mobili. Interpretando i valori ottenuti si può affermare che il settore delle strutture ricettive all'aperto può incrementare la sua dimensione in termini di fatturato circa del 22% investendo sulle strutture come mobile home e la loro promozione e comunicazione.

Tuttavia, l'indagine sulla domanda potenziale non risulta completa in quanto non sono stati osservati i dati per il periodo invernale. Infatti, le presenze relative alle vacanze di Natale o alla settimana del carnevale potrebbero essere importanti per le regioni montane e potrebbero rappresentare un'opportunità di espansione per le strutture mobili dotate di una coibentazione adatta. Inoltre, è opportuno condurre la stessa indagine ma sulla componente della domanda proveniente dall'estero in quanto essa rappresenta la seconda metà della domanda complessiva per il comparto delle strutture ricettive all'aperto.

Bibliografia

1. Agenzia delle Entrate, 2014 – “Studio di settore WG58U”.
2. Carlo Berizzi e Luca Trabattoni, 2021 – “Mobile home per il turismo all’aria aperta, storia evolutiva”.
3. D. Lgs. 79/2011 – “Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo”.
4. D.p.r. n. 380/2001 – “Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia”.
5. FederAlberghi, 2022 – rapporto “Trend e statistiche sull’economia del turismo”, edizione maggio 2022.
6. Istituto nazionale di ricerca Istat, 2022 – comunicato stampa “Movimento turistico in Italia – gennaio-settembre 2021”.
7. Lofgren O., 2001 – “Storia delle vacanze”.
8. Trillo C., 2003 – “Territori del turismo. Tra utopia e atopia”.
9. UNWTO – “World Tourism Barometer”, gennaio 2022

Sitografia

1. <https://appuntiturismo.it/classificazione-strutture-ricettive/> - Classificazione delle strutture ricettive
2. <https://www.sibcase.com/case-mobili/> - Sib Mobil Homes S.r.l. Modelli di case mobili
3. <https://www.manufacturedhousing.org/research-and-data/> - Manufactured Housing Institute, dati del settore di *manufactured housing*
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Manufactured_housing - Manufactured housing.
5. <https://www.monde-diplomatique.fr/2016/02/BREVILLE/54742> - Uso di case mobili come edilizia sociale negli Stati Uniti d’America
6. <https://www.dati.istat.it> – Banca dati Istat
7. https://www.edilportale.com/news/2015/09/focus/ristrutturare-con-i-sistemi-costruttivi-a-secco_47626_67.html#:~:text=I%20sistemi%20di%20costruzione%20a%20secco%2C%20al%20contrario%20di%20quelli,posa%2C%20come%20collanti%20e%20sigillanti – Costruzione a secco

Appendice

Appendice A

Struttura del questionario “Case mobili come strutture ricettive”.

Domanda 1: La scorsa estate quanti giorni è durata la sua vacanza più lunga?

- 1 – 3
- 4 – 7
- 8 – 10
- 11 – 14
- 15 – 21
- 22 o di più

Domanda 2: La scorsa estate con quante persone compreso lei ha soggiornato nella vacanza più lunga?

- In due
- 3 – 4 persone
- 5 – 6 persone
- 7 persone e di più

Domanda 3: Tra queste, quanti ragazzi di età inferiore o uguale a 10 anni?

- Nessuno
- Uno
- Due
- Più di due

Domanda 4: La scorsa estate durante la sua vacanza più lunga, in quale tipologia di struttura ha soggiornato?

- Albergo
- Bed & breakfast
- Campeggio o villaggio turistico
- Casa / appartamento in affitto
- Soste per caravan / camper
- Seconda casa di proprietà
- Presso parenti / amici

Domanda 5: Indichi / cerchi di stimare quante stelle aveva questa struttura?

- Cursore da 1 a 5

Domanda 6: L'anno scorso in quale periodo ha trascorso la vacanza estiva più lunga?

- Giugno
- Luglio
- Agosto
- Settembre

Domanda 7: Qual è stata la tipologia di destinazione di quel soggiorno?

- Mare
- Lago
- Collina
- Città d'arte
- Montagna
- Altro

Domanda 8: Quali attività ha svolto durante quel soggiorno? Più di una risposta possibile.

- Shopping
- Escursionismo e attività all'aria aperta
- Attività sportiva amatoriale o agonistica
- Lettura
- Spa & wellness
- Visita musei e/o gli spazi espositivi
- Acquisto e/o consumo di prodotti tipici eno-gastronomici
- Attività in spiaggia (fare il bagno, prendere il sole, ecc.)
- Visita parco giochi e/o di divertimento
- Fotografia
- Partecipazione ad alcuni corsi organizzati
- Giochi da tavola
- Nessun'altra di queste

Domanda 9: Ha mai visto/sentito parlare di una casa mobile? (Foto 1)

- Sì
- No

Domanda 10: Si immagini che possa usufruire di un soggiorno gratuito in una casa mobile presso la sua destinazione favorita. Trascorrerebbe la sua vacanza principale in questa tipologia di struttura? (Foto 2)

- Certamente sì
- Quasi certamente
- Forse
- Poco probabile

- No

Domanda 11: È disposto a pagare di più per un soggiorno in una casa mobile o nella sua struttura ricettiva abituale?

- Casa mobile
- Indifferente
- Struttura ricettiva abituale

Domanda 12 (se nella domanda 11 viene selezionato “struttura ricettiva abituale”): Per soggiornare in una casa mobile al posto della struttura ricettiva abituale dovrei risparmiare:

- Il 10%
- Il 20%
- Il 30%
- Il 40%
- Il 50%
- Oltre il 50%

Domanda 13 (se nella domanda 11 viene selezionato “casa mobile”): Per soggiornare in una casa mobile al posto della struttura ricettiva abituale sarei disposto a spendere:

- Il 10% in più
- Il 20% in più
- Il 30% in più
- Il 40% in più
- Il 50% in più
- Più del 50%

Domanda 14: Indichi quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni (dove 0 = per niente, 1 = poco, 2 = abbastanza, 3 = molto, 4 = del tutto):

- Il soggiorno in una casa mobile assomiglia al soggiorno in albergo (cursore da 0 a 4)
- Il soggiorno in una casa mobile assomiglia al soggiorno in camper/roulotte (cursore da 0 a 4)
- Il soggiorno in una casa mobile assomiglia al soggiorno in alloggio in affitto (cursore da 0 a 4)
- Il soggiorno in una casa mobile assomiglia al soggiorno in bungalow (cursore da 0 a 4)

Domanda 15: Qual è il suo genere?

- Maschio
- Femmina

Domanda 16: Qual è la sua età?

- 18-25 anni

- 26-35 anni
- 36-45 anni
- 46-55 anni
- 56-65 anni
- 66 anni e di più

Domanda 17: Qual è la sua professione?

- Dirigente / Imprenditore
- Libero professionista
- Insegnante
- Impiegato
- Operaio
- Artigiano
- Agricoltore / Allevatore
- Pensionato
- Studente
- Non occupato
- Altro

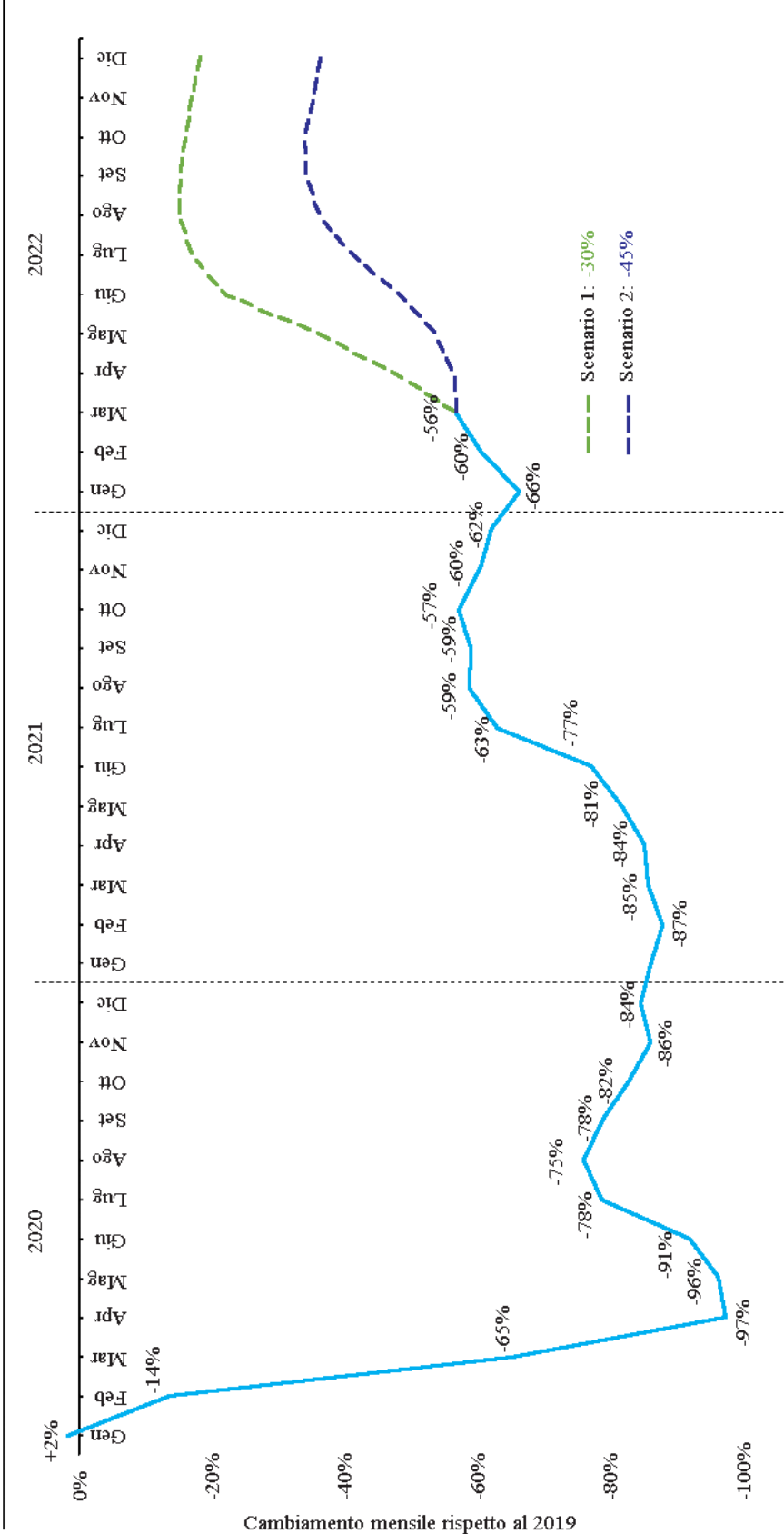
Domanda 18: Qual è la sua regione di residenza?

- Valle d'Aosta
- Piemonte
- Lombardia
- Liguria
- Altra regione del Nord Italia
- Centro Italia
- Sud Italia e Isole
- Estero

Domanda 19 (domanda aperta): La ringrazio per aver risposto al questionario! Nel seguente spazio può inserire eventuali segnalazioni o suggerimenti che ha riscontrato durante la compilazione.

Appendice B

Scenari di ripresa del settore turistico internazionale: Arrivi internazionali



Appendice C

Determinazione del coefficiente di sostituibilità delle case mobili. Per calcolare il numero degli arrivi turistici nelle varie tipologie delle strutture ricettive che potrebbero rappresentare una domanda potenziale per il pernottamento nelle case mobili è stato necessario determinare il coefficiente di sostituibilità. Questo numero rappresenta quanto si assomiglia il pernottamento in una mobile home con il soggiorno in una determinata struttura ricettiva. Il coefficiente è stato basato sulle risposte ottenute nella domanda 14 che chiedeva di indicare il grado di somiglianza tra il soggiorno in una delle strutture ricettive di confronto e la casa mobile.

Il coefficiente di sostituibilità si è basato sui valori attesi del grado di somiglianza per ciascuna delle tipologie di strutture ricettive. Successivamente, alle medie osservate sono stati attribuiti proporzionalmente dei valori che rappresentano proprio il coefficiente di sostituibilità. I valori ottenuti sono rappresentati nella tabella seguente.

Tabella 1 – Valori del coefficiente di sostituibilità.

Tipologia di struttura ricettiva	Valore atteso osservato nella domanda n.14	Coefficiente di sostituibilità
Casa / appartamento in affitto	2,33	0,14
Albergo	1,13	0,05
<i>Bed & Breakfast</i>	-	0,07 ³⁷
Campeggi e villaggi turistici	2,58 ³⁸	0,15

³⁷ Purtroppo, nella fase di stesura del questionario non è stato ancora definito il procedimento con cui sarebbe stata realizzata la stima della domanda potenziale, per cui, agli intervistati non è stato proposto di confrontare il pernottamento in un B&B con il soggiorno in una casa mobile. Il coefficiente indicato è stato ipotizzato confrontando i valori degli altri coefficienti e confrontando le caratteristiche di soggiorno in un *bed & breakfast* con il soggiorno in un albergo.

³⁸ Tale coefficiente è stato ottenuto calcolando la media aritmetica tra i valori attesi osservati per il soggiorno in un camper o in una *roulotte* e un *bungalow*