

a cura di Valeria Minghetti Ciset

L'estate 2025 per il settore Open Air in Italia

le proiezioni di maggio
e il consuntivo a chiusura
di stagione

Osservatori sul Turismo

L'estate 2025
per il settore Open Air in Italia:
le proiezioni di maggio e il consuntivo
a chiusura di stagione

a cura di Valeria Minghetti, Ciset



EBNT

Via Lucullo, 3 - 00187 Roma

Tel +39 06 42.01.23.72

Fax +39 06 42.01.24.04 -

ebnt.it - info@ebnt.it

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT) è un organismo paritetico costituito nel 1991 pariteticamente dalle Associazioni Datoriali (Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita - aderenti a Confcom-

mercio) e dalle Organizzazioni Sindacali (Filcams - CGIL, Fisascat - CISL, Uiltucs - UIL) comparativamente più rappresentative nel settore Turismo. EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico-scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e

ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, ritenendo le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.



FAITA Federcamping

Via Toscana, 1 - 00187 Roma

Tel. +39 06.32.11.10.43

Fax +39 06 32.00.830

nazionale@faita.it

www.faita.it

Nel settore dell'ospitalità all'aria aperta, rappresentata da campeggi e villaggi turistici, **FAITA (Federazione delle Associazioni Italiane dei complessi turistico ricettivi all'aria aperta) Federcamping** è l'organizzazione

più rappresentativa di tutela e rappresentanza delle imprese. La Federazione è tra i soggetti fondatori di CONFTURISMO, aderisce alla CONFCOMMERCIO ed all'EFCO, Organismo europeo di rappresentanza di settore.

Istituita negli anni Cinquanta per impulso dei principali imprenditori operanti nel comparto ha contribuito, in oltre 70 anni di attività, a far crescere e sviluppare il settore, le imprese e la qualità dei servizi offerti agli ospiti. È strutturata ed opera attraverso le proprie Associazioni regionali associando la maggioranza delle oltre 2.600 imprese italiane del settore.

L'obiettivo prioritario federale punta alla valorizzazione del comparto attraverso la promozione della cultura d'impresa e la qualificazione del management aziendale: sostenibilità,

accessibilità e innovazione, sono tematiche determinanti nelle politiche federali di supporto agli operatori del comparto.

La Federazione è firmataria del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro del comparto Turismo, realizza servizi per le Associazioni Regionali (osservatorio congiunturale, studi e pubblicazioni, accordi e convenzioni) e coopera con loro per la soluzione delle problematiche locali.

Pubblica CAMPING MANAGEMENT, magazine di informazione distribuito alle imprese del settore ed ai soggetti d'interesse, comunica con le imprese direttamente attraverso la piattaforma informativa FAITA START ed i suoi canali social e coopera con partner e istituzioni per la promozione e la diffusione della cultura del turismo all'aria aperta.

Sommario

Introduzione	4
1. Gli obiettivi e gli strumenti.....	5
2. Le aspettative delle imprese Open Air a maggio 2025: principali risultati.....	6
2.1 L'analisi per area geografica	9
2.2. L'analisi per destinazione	11
3. Le opinioni delle imprese Open Air a settembre 2025: principali risultati	15
3.1. L'analisi per area geografica.....	18
3.2. L'analisi per destinazione	20
4. Conclusioni	22





Introduzione del Presidente ✦ di FAITA Federcamping
Alberto Granzotto

Acquisire consapevolezza circa l'importanza di utilizzare i dati per prendere decisioni mirate è ormai cruciale per le imprese Open Air. Avere informazioni sull'andamento e le performance dei mercati e della propria attività così come del contesto competitivo diventa importante per valutare l'efficacia delle proprie azioni, migliorare i prodotti e i servizi e rendere più efficienti i processi interni, ma anche per prendere coscienza di come sta evolvendo il settore nel suo complesso.

FAITA Federcamping sta lavorando da alcuni anni per supportare le imprese con un monitoraggio sull'andamento della stagione turistica, che consenta di fornire con tempestività indicazioni sulle prenotazioni e le aspettative degli operatori in fase di avvio del periodo e poi di andarle a verificare con i risultati ottenuti a consuntivo.

L'iniziativa, portata avanti in collaborazione con il Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica e giunta alla 4a edizione, ha come obiettivo quello di contribuire allo sviluppo di un Osservatorio nazionale sul Turismo all'aria aperta, completando e arricchendo i dati resi disponibili dalle fonti ufficiali con informazioni quantitative e qualitative aggiornate e granulari, sia dal punto di vista del tipo di destinazione che dell'area geografica dove l'impresa è ubicata.

1. GLI OBIETTIVI E GLI STRUMENTI

Analizzare un fenomeno caratterizzato da un'evoluzione molto interessante negli ultimi anni, come quello del turismo all'aria aperta, richiede di avere a disposizione con regolarità dati aggiornati, sia dal punto di vista temporale che territoriale. I dati statistici a livello mensile colgono l'evoluzione dei flussi turistici con un lag di circa quattro mesi e, in ogni caso, vengono forniti in forma aggregata in termini di provenienza e struttura ricettiva utilizzata, fino a che tutti i dodici mesi dello stesso anno non vengono consolidati.

Indispensabile è perciò affiancare a queste informazioni un'attività che rilevi con continuità l'andamento della stagione turistica, sia in fase di avvio che a chiusura del periodo.

A fronte di una situazione quale quella attuale, dove l'estrema variabilità dello scenario socio-economico e politico internazionale e il verificarsi di eventi congiunturali di varia natura rende estremamente incerto l'orizzonte, lo scopo dell'iniziativa è quello di sensibilizzare le imprese circa l'importanza di raccogliere dati già all'interno della propria struttura e di aumentare la consapevolezza in merito alle tendenze che caratterizzano l'evoluzione del mercato a livello nazionale e locale, al fine di mettere in campo possibili azioni correttive.

Lo strumento attualmente più adatto, in grado di fornire in modo rapido un quadro aggiornato su tutto il territorio nazionale, è quello di condurre un'indagine diretta presso i campeggi e i villaggi turistici presenti in Italia.

Nelle pagine che seguono e nelle slides allegate vengono presentati i risultati delle due indagini congiunturali effettuate nel corso del 2025 da Ciset per conto di FAITA Federcamping, la prima condotta nella fase iniziale della stagione (maggio) e la seconda alla chiusura della stessa (settembre).

Le due indagini - organizzate in collaborazione con Questlab utilizzando un sistema di rilevazione misto (CATI, CAWI, fax) - hanno coinvolto 1.996 imprese, censite da THRENDS sempre per conto di FAITA Federcamping. In totale, nella prima rilevazione sono state intervistate 180 imprese, mentre nella seconda 311 imprese con un tasso di redemption, rispettivamente, del 9% e del 16%.

Le imprese comprendono sia campeggi che camping village e sono rappresentative della distribuzione per tipo di destinazione (mare, lago, montagna, terme, città d'arte, campagna-collina) e per regione, secondo le quote determinate dal censimento.

2. LE ASPETTATIVE DELLE IMPRESE OPEN AIR A MAGGIO 2025: PRINCIPALI RISULTATI

Nell'indagine ex ante, ossia quella condotta all'inizio della stagione estiva (metà maggio 2025), sono stati misurati i seguenti aspetti:

- l'andamento delle prenotazioni fino a quel momento effettuate da turisti italiani e stranieri;
- il tasso di occupazione mensile delle strutture al momento dell'intervista;
- la stagionalità dei turisti italiani e stranieri al momento dell'intervista;
- i paesi di origine che stanno alimentando il maggior numero di prenotazioni;
- le aspettative per l'estate 2025, in termini di arrivi, presenze e fatturato totali e quindi l'atteggiamento "ottimista" o "pessimista" nei confronti della stagione in avvio;
- la variazione delle tariffe applicate per l'estate 2025 rispetto al corrispondente periodo del 2024.

Dai risultati emerge un'apertura differenziata per la stagione 2024, con una sostanziale evidenza di un'apertura differenziata della stagione all'aria aperta in Italia, caratterizzata da una leggera flessione delle prenotazioni straniere rispetto a quelle registrate a maggio 2024 (-0,7%), mentre un tendenziale aumento di quelle italiane (+0,5%), a fronte di una ulteriore crescita delle tariffe dichiarate dalle imprese (Tab. 1).

Da considerare il cambio delle festività tedesche (che nel 2025 sono cadute a fine maggio-giugno anziché a maggio) e le condizioni meteo non particolarmente favorevoli fino a metà maggio, con una stagione altalenante e climaticamente un po' indietro rispetto alle medie del periodo.

Inoltre, permane una situazione economica incerta per le famiglie europee, dato il raffreddamento/calore occupazione (soprattutto in Germania e Francia) e i rischi connessi ai dazi USA, nonostante l'ulteriore riduzione dei tassi di interesse. Tutte situazioni che possono anche spingere a prenotazioni tendenzialmente più sotto data.

Tabella 1. Lo stato delle prenotazioni nelle imprese Open Air italiane a giugno 2024 rispetto al 2023

Prenotazioni maggio 2025	Var. % su maggio 2024
Stranieri	-0,7%
Italiani	+0,5%

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Nel dettaglio, il 70% degli operatori intervistati segnala una sostanziale stabilità delle prenotazioni da parte dei turisti stranieri, mentre il 16% una diminuzione ed il 13% un aumento. Nel caso dei turisti italiani, la percentuale di imprese che da' le loro prenotazioni in crescita sale al 23%, contro il 63% che le vede stabili e il 14% in diminuzione.

Complici anche le condizioni meteo nel mese di intervista – soprattutto al Nord - il tasso di occupazione delle strutture intervistate è intorno al 19% a maggio, mentre sale al 37%, in prospettiva, a giugno. Buone, invece, le proiezioni su luglio e agosto, dove l'occupazione dichiarata nella seconda metà di maggio si attesta già, rispettivamente, al 55% e al 66%. E molto interessanti anche le prospettive per settembre e ottobre, con un'occupazione, rispettivamente, già il 31 e al 12%. Nel caso di ottobre, tale dato media situazioni dove, già nel 2023-24, si è registrato un allungamento della stagione soprattutto da parte dei turisti stranieri e situazioni. dove le strutture sono già chiuse o in fase di chiusura.

La stagionalità della domanda estera risulta, come sempre, più distribuita di quella italiana: a metà maggio, le imprese dichiarano che, dei turisti internazionali che hanno già prenotato, 3 su 4 arriveranno tra giugno e agosto (72% nel 2024), contro l'81% degli italiani. Nel bimestre centrale, il rapporto è 54% a 67%.

Rispetto all'estate 2024 si nota, per entrambi i segmenti, una leggera maggiore preferenza per giugno-luglio e per la coda di fine estate, rispetto ad agosto. In particolare, settembre-ottobre raccolgono le preferenze del 16,2% degli stranieri e del 10,7% degli italiani. Agosto si conferma il mese dove proporre le tariffe più alte, soprattutto sul mercato italiano.

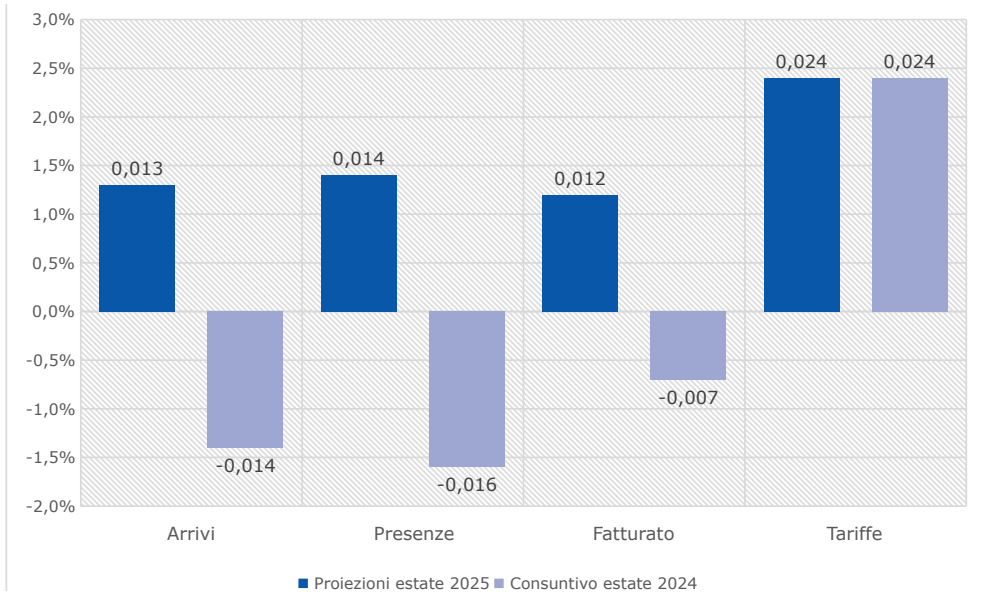
Considerando i principali mercati di origine, l'Italia risulta in testa alle prenotazioni 2025 registrate fino a metà maggio dalle imprese intervistate. Germania leggermente sotto, in seconda posizione, rispetto a maggio 2024. Al terzo posto, come nella precedente stagione, l'Olanda, seguita da Svizzera e Francia. Nelle posizioni appena sotto il podio vengono segnalate Austria, Polonia e Repubblica Ceca.

Riguardo alle proiezioni sull'intera stagione 2025, considerando stabili le condizioni al momento dell'intervista, poco più di un quarto delle imprese Open Air italiane si attende una crescita sia dei volumi di domanda totali che del fatturato, a fronte di un ulteriore aumento delle tariffe rispetto al 2024, evidenziato dal 42% degli intervistati. Nel dettaglio, le aspettative sono per una crescita di poco superiore all'1% per arrivi e presenze, così come del fatturato, a fronte di un incremento medio dei prezzi del +2,4%, in linea con l'estate 2024.

Tale tendenza è probabilmente motivata dall'andamento positivo delle prenotazioni italiane al momento dell'intervista – che, in alcune regioni, sono prevalenti rispetto agli stranieri – e da prospettive di crescita delle prenotazioni dall'estero nella seconda parte del mese e a giugno. Da sottolineare, tuttavia, come dato l'aumento delle presenze leggermente superiore a quello degli arrivi e l'evoluzione indicata per le tariffe ci si sarebbe aspettati una crescita leggermente superiore del fatturato atteso.

Il confronto con il consuntivo dell'estate precedente evidenzia proiezioni positive per l'Open Air in Italia nell'estate 2025 sul fronte del movimento turistico, che dovrebbero compensare, in tutto o in parte, la chiusura sottotono della stagione precedente. Questo grazie, probabilmente, all'andamento positivo delle prenotazioni italiane e nonostante la stagnazione di quelle estere registrati fino a metà maggio 2025. Pronostici ancora migliori sul fronte del fatturato, grazie anche ad un aumento medio del +2,4% delle tariffe, che si somma al +2,4% del 2024 e agli incrementi degli anni precedenti (Graf. 1).

Grafico 1. Dinamica attesa dalle imprese Open Air per l'estate 2025 e confronto con il consuntivo 2024 (var.%)



Fonte: indagine Ciset-Questlab

2.1. L'analisi per area geografica

Andando nel dettaglio dell'area geografica, trend positivo delle prenotazioni dall'estero per le imprese Open Air del Nord Est (+2,1%), area dove si concentra la maggiore capacità di accoglienza in termini di posti letto a livello nazionale. In flessione, invece, le richieste di ospiti stranieri giunte ai campeggi e villaggi turistici del Centro e del Sud Italia a metà maggio (-1,4% e -3,4%) rispetto allo stesso periodo del 2024. Stagnante la situazione a Nord Ovest (-0,2%)(Tab. 2).

Tabella 2. Lo stato delle prenotazioni nelle imprese Open Air italiane a maggio 2025, per area geografica

Var. % su maggio 2024					
Stato prenotazioni a maggio 2025	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Media
Stranieri	-0,2%	+2,1%	-1,4%	-3,4%	-0,7%
Italiani	-0,8%	+3,5%	+0,3%	-2,3%	+0,5%

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Situazione ugualmente differenziata per le prenotazioni italiane, che fino a metà maggio crescono più di quelle straniere a Nord Est (+3,5%), mentre rimangono pressoché stabili al Centro (+0,3%) rispetto a maggio 2024. In calo, invece, al Sud e a Nord Ovest (-2,3% e -0,8%), nel primo caso in modo meno incisivo rispetto a quelle provenienti dall'estero. Viceversa per la seconda area. Come anticipato, tale andamento può essere motivato dalle condizioni climatiche incerte che hanno caratterizzato il Nord Italia nei mesi di maggio e giugno.

Tendenzialmente distribuito, nel corso della stagione, il tasso mensile di occupazione delle strutture Open Air del Nord Est e del Centro Italia: a metà maggio, siamo ad oltre il 20% di occupazione per lo stesso mese, incidenza che sale a quasi il 40% a giugno, mentre supera il 55% a luglio ed il 65% ad agosto. Da notare i valori di settembre, che a metà maggio sono già al 30-35%, e quelli di ottobre tra l'11% e il 12%.

A Nord Ovest, le imprese Open Air dichiarano, a metà maggio, riempimenti consistenti soprattutto nei mesi centrali (luglio al 53% e agosto al 62%) e a settembre (31%). In proporzione inferiore, rispetto alla media nazionale, l'andamento dell'occupazione nelle strutture Open Air del Sud e delle Isole durante i vari mesi della stagione estiva 2025, a fronte di un calo delle prenotazioni rispetto a maggio 2024.

Guardando alla stagionalità della domanda, questa a maggio 2025 risulta in proporzione più spalmata, su entrambi i segmenti, per le strutture Open Air del Nord Ovest, in linea con la prevalenza di campeggi e villaggi ubicati in località lacuali e, in parte, in montagna. All’opposto, le imprese del Sud e Isole evidenziano un andamento mensile più distribuito per gli stranieri (25% a luglio e 23% a luglio, contro 31% a maggio-giugno), mentre molto più concentrato per gli italiani (43,5% ad agosto contro 27% a luglio), data la prevalenza del turismo balneare.

Con riferimento ai paesi che alimentano maggiormente le prenotazioni, diversa la composizione della Top 5. A Nord Ovest, dove prevalgono le vacanze al lago e in montagna, sono soprattutto Germania, Italia e Olanda ad alimentare le prenotazioni, seguite da Polonia e Francia. Netamente in testa la Germania a Nord Est, dove prevalgono i soggiorni balneari e lacuali: seguono, distanziate, Italia, Olanda, Austria e Svizzera. Italia, invece, nettamente al primo posto delle prenotazioni registrate dalle imprese del Centro Italia, seguita da Germania, Olanda, Svizzera e Repubblica Ceca. E Italia e Germania ritornano insieme al top delle prenotazioni per i campeggi e villaggi del Sud e delle Isole, seguite da Polonia e Repubblica Ceca, a pari merito, e dall’Austria.

Le proiezioni per l’estate 2025 indicano che, a parità di condizioni al momento dell’intervista – e nonostante prenotazioni ancora a rilento rispetto a maggio 2024 -, sono le imprese Open Air del Sud e delle isole ad essere più ottimiste sull’esito della stagione, soprattutto in termini di volumi di domanda (arrivi +2,7%, presenze + 3,1%) e, leggermente, anche per il fatturato (+0,7%, a fronte di un +1,2% per le tariffe) (Tab. 3).

Tabella 3. Le proiezioni sull’estate 2025 espresse a maggio, per area geografica

Var. % su consuntivo estate 2024					
Proiezioni estate 2025	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Media
Arrivi	+1,2%	+0,1%	+1,4%	+2,7%	+1,3%
Presenze	+0,9%	+0,0%	+1,7%	+3,1%	+1,4%
Fatturato	+1,8%	+1,6%	+0,6%	+0,7%	+1,2%
Tariffe	+2,7%	+3,4%	+2,4%	+1,2%	+2,4%

Fonte: indagine Ciset-Questlab

E tendenzialmente ottimisti, grazie soprattutto ai turisti italiani, anche i campeggi e i villaggi turistici del Nord Ovest e del Centro Italia. Nel primo caso, le prospettive economiche appaiono più rosee rispetto ai flussi, con un incremento atteso del fatturato del +1,8%, spinto da un aumento dei prezzi superiore alla media (+2,7%)

Chiusura in pareggio dal lato dei flussi per le imprese del Nord Est, mentre in aumento del +1,6% le entrate economiche, grazie ad un incremento dei prezzi praticati superiore a tutte le altre aree (+3,4%)

Guardando alla coerenza nella variazione dei diversi indicatori segnalata dagli operatori, se al Nord l'aumento delle tariffe rispetto ai flussi supporta la crescita del fatturato, al Centro e al Sud il fatturato rimane un po' sottotono rispetto ad evoluzione di prezzi e presenze.

Il confronto tra le proiezioni 2025 e il consuntivo per l'estate 2024 evidenzia come siano tendenzialmente ottimiste le imprese Open Air del Nord Ovest, che si attendono una chiusura della stagione migliore di quella passata, soprattutto dal lato economico. Buone le prospettive economiche anche a Nord Est, con un ulteriore aumento atteso del fatturato rispetto alla stagione precedente, grazie alle tariffe e a fronte di una sostanziale stabilità attesa in termini di flussi. In netta ripresa le prospettive per imprese Open Air del Centro e del Sud Italia, soprattutto dal lato della domanda, con un tendenziale leggero aumento della durata del soggiorno. Crescita in proporzione più contenuta del fatturato, nonostante una lievitazione delle tariffe, nel primo caso superiore a quella registrata nell'estate 2024.

2.2. L'analisi per destinazione

Andando a vedere l'andamento delle prenotazioni per destinazione, a metà maggio 2025 le risposte delle imprese indicano una stabilità di quelle alimentate dai turisti stranieri al lago e una leggera stagnazione al mare (-0,5%), che sono le tipologie di destinazioni che accolgono la maggior parte del turismo internazionale Open Air in Italia (Tab. 4). Diminuzione, invece, in montagna (-1,6% e nelle altre località (-1,1%) rispetto a maggio 2024. Tali dati mediano risultati differenziati per area geografica. In particolare al lago, dove le indicazioni fornite dalle imprese lungo le sponde dei laghi lombardi e piemontesi sembrano, in proporzione, più positive rispetto a quelle del Garda e degli altri laghi (trentini, laziali, ecc.).

In aumento, nello stesso periodo, le prenotazioni dei turisti italiani, soprattutto al mare (+1,1%) e in montagna (+0,9%), tipologia di destinazioni che abitualmente accolgono la maggior parte dei turisti domestici Open Air. Stabili, invece, al lago e in calo più significativo rispetto agli stranieri nelle altre località.

Tabella 4. Lo stato delle prenotazioni maggio 2025, distinte per tipo di destinazione

Var. % su maggio 2024					
Stato prenotazioni a maggio 2025	Mare	Lago	Montagna	Altro (*)	Media
Stranieri	-0,5%	+0,0%	-1,6%	-1,1%	-0,7%
Italiani	+1,1%	+0,3%	+0,9%	-2,2%	+0,5%

(*) Città d'arte, campagna-collina, terme.

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Come nel 2024, le strutture Open Air nelle località lacuali evidenziano, a metà maggio 2025, un tasso di occupazione più distribuito rispetto alle altre destinazioni. La prevalenza di clientela straniera e l'apertura anticipata in alcune zone (fine marzo sul Lago di Garda), spiegano tale andamento: l'incidenza è già al 27% a maggio, sale ad oltre il 50% a giugno, poi al 65% a luglio e al 73% ad agosto, per ritornare sul 43% a settembre e il 21% ad ottobre.

Nelle destinazioni balneari e montane, dove in proporzione cresce la domanda italiana, il tasso di occupazione registrato a metà maggio è in proporzione più basso a maggio-giugno per poi aumentare nei mesi centrali, collocandosi, rispettivamente, intorno al 52% a luglio e al 65% ad agosto.

Occupazione stagionalmente molto più spalmata nelle altre località, con una tendenziale prevalenza di luglio e agosto. Il dato media l'andamento nelle strutture ubicate in città d'arte (dove il livello è oltre il 40% già a maggio) e in quelle in campagna/collina (che hanno un picco nei mesi centrali).

Per quel che riguarda la stagionalità della domanda, per entrambi i segmenti questa è in proporzione più concentrata per le strutture Open Air in località montane: oltre il 50% per gli stranieri ed il 77% per gli italiani tra luglio e agosto.

Andamento diversificato, invece, nei campeggi e villaggi turistici delle località di mare, dove gli stranieri sono in proporzione più presenti nelle code rispetto agli italiani: oltre il 30% contro il 21% a maggio-giugno e 19% contro 10% a settembre-ottobre.

Tendenzialmente più omogenea la stagionalità delle prenotazioni nelle strutture Open Air vicino ai laghi italiani, soprattutto da agosto ad ottobre. A maggio 2025, la quota di prenotazioni italiane per lo stesso mese supera, per la prima volta, quelle straniere (17,2% contro 10,6%).

Con riferimento ai mercati di provenienza, al mare le prenotazioni sono guidate Italia e Germania, seguite da Repubblica Ceca, Svizzera e Olanda. Giù dal podio Francia, Belgio e Polonia. Al lago, le imprese danno Germania e Olanda davanti ad Italia, Svizzera e Polonia, queste ultime a pari merito. Seguono Francia e Austria. In montagna, Italia nettamente in testa, seguita da Germania. Nelle posizioni successive Olanda, Francia e Svizzera. Nelle altre località (città d'arte e campagna/collina), invece, è la Germania a guidare le prenotazioni seguita, a distanza, da Italia, Olanda, Francia e Belgio.

Riguardo alle proiezioni sull'estate 2025, a parità di condizioni presenti al momento dell'intervista, le imprese Open Air lungo le coste italiane si attendono, in media, un aumento dei flussi totali di quasi il +2% rispetto ad estate 2024, mentre il fatturato resterebbe intorno al +1%, nonostante una crescita delle tariffe del +2% (Tab. 5). Tale andamento è legato al maggiore ottimismo delle imprese balneari del Centro e Sud Italia rispetto a quelle del Nord.

In presunta leggera flessione, invece, la permanenza media per i campeggi/villaggi turistici sui laghi italiani (arrivi +0,5%, presenze -0,7%), mentre il fatturato è atteso in crescita del +1,4%, grazie a prezzi in aumento più della media nazionale (+3,6%). Tale dato sembra trainato soprattutto dal Nord Ovest (dove si concentra oltre il 50% delle imprese lacuali) rispetto al Nord Est.

Aumento, invece, della durata media del soggiorno per le strutture montane (arrivi +0,7%, presenze +1,3%), che porta ad una crescita del fatturato del +1,5%, grazie anche ad andamento delle tariffe in linea con la media nazionale (+2,4%).

Per quel che riguarda le imprese vicino a città d'arte e in località di campagna e collina, qui l'andamento prospettico è ambivalente, ossia negativo per le prime e positivo per le seconde, sia per quanto riguarda i flussi che per il fatturato, nonostante i prezzi siano al +2,9% rispetto alla media.

Guardando alla coerenza nella variazione dei diversi indicatori segnalata dagli operatori, se in montagna e al lago l'aumento delle tariffe rispetto ai flussi si traduce in una crescita del fatturato, al mare la sua dinamica rimane un po' sottotono rispetto a evoluzione dei prezzi e delle presenze.

Tabella 5. Le proiezioni sull'estate 2025 espresse a maggio, per tipo di destinazione

Var. % su consuntivo estate 2024					
Proiezioni estate 2025	Mare	Lago	Montagna	Altro (*)	Media
Arrivi	+1,8%	+0,5%	+0,7%	+0,1%	+1,3%
Presenze	+1,9%	-0,7%	+1,3%	+0,4%	+1,4%
Fatturato	+0,9%	+1,4%	+1,5%	+0,3%	+1,2%
Tariffe	+2,0%	+3,6%	+2,4%	+2,9%	+2,4%

(*) Città d'arte, campagna-collina, terme.

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Dal confronto tra le proiezioni 2025 e i risultati dell'estate 2024 emerge come le imprese Open Air di tutte le tre principali destinazioni si attendano una stagione complessivamente migliore di quella dichiarata alla chiusura della scorsa estate. I dati di flusso e quelli relativi al fatturato dovrebbero registrare un andamento positivo, in controtendenza con il 2024, a fronte di prezzi che al lago e in montagna dovrebbero crescere più che nell'estate precedente.

3. LE OPINIONI DELLE IMPRESE OPEN AIR A SETTEMBRE 2025: PRINCIPALI RISULTATI

Nel caso dell'indagine ex post, condotta alla fine della stagione estiva, l'obiettivo è stato quello di valutare i risultati ottenuti dalle imprese e di confrontarli con le aspettative da esse espresse a maggio. In particolare, gli aspetti indagati sono stati i seguenti:

- andamento dei principali indicatori turistici (arrivi e presenze) nel corso dell'estate 2025, relativamente sia al mercato internazionale che domestico, e motivazioni addotte dagli operatori per tale evoluzione (in aumento o in diminuzione);
- andamento del fatturato e dei prezzi praticati nel periodo in esame;
- confronto tra risultati a consuntivo e aspettative espresse a maggio 2025;
- evoluzione dei nuovi clienti rispetto a quelli attuali;
- trend di sviluppo dei principali segmenti di mercato (es. tedesco, austriaco, etc.);
- evoluzione delle principali tipologie di turismo (balneare, montano, culturale, ecc.);
- andamento di alcuni indicatori afferenti alla competitività del Veneto e dell'Italia, anche in relazione all'andamento dei prezzi dei beni e dei servizi turistici e alla capacità di spesa dei turisti italiani e stranieri.

Per le imprese intervistate, l'estate 2025 si è caratterizzata, in media, per una leggera flessione della domanda estera e per una diminuzione più significativa di quella italiana. Il trend risulta in linea con quello già dichiarato per l'estate 2024, anche se gli italiani risultano calati di meno rispetto all'anno precedente (Tab. 6). Stagnante il fatturato, sostenuto comunque da un ulteriore aumento delle tariffe rispetto a stagione precedente.

Tabella 6. I risultati dell'estate 2025 secondo le imprese Open Air italiane

Estate 2025 secondo imprese Open Air (var.% su estate 2024)	Arrivi	Presenze
Turisti stranieri	-0,6%	-0,8%
Turisti italiani	-1,6%	-1,9%
Fatturato totale	-0,5%	
Tariffe medie per l'alloggio	+1,6%	

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Complessivamente, se si confronta l'andamento del biennio estivo 2024-25 con l'estate 2023, i turisti stranieri sono diminuiti del -1% in due anni, mentre gli italiani -4/-5% e il fatturato -1,2%, a fronte di +4% per le tariffe.

I dati medi nazionali celano risultati differenziati per territorio (sia per area geografica, che per regione) e per tipologia di turismo.

Le condizioni climatiche avverse nella seconda metà di luglio-inizio agosto al Nord (dopo anticipo d'estate a giugno) e il forte caldo al Centro-Sud; l'incertezza sulla situazione economica e l'aumento dei prezzi risultano le motivazioni di tale andamento. Fattori che, secondo gli operatori, hanno influito su scelte e capacità di spesa dei turisti stranieri e soprattutto italiani, penalizzando in particolare Centro e Sud Italia.

Il confronto tra i risultati dell'estate 2025 e le proiezioni espresse a maggio evidenzia come, apparentemente, le aspettative siano state sostanzialmente confermate. Il 54% delle imprese dichiara, infatti, che l'andamento del turismo straniero è stato in linea con le attese di inizio stagione, mentre per il 29% è inferiore. Ancora maggiore l'apparente coerenza tra proiezioni e risultati per i turisti italiani: in questo caso, per il 61% degli intervistati il consuntivo è stato in linea con le attese, mentre per il 27% inferiore. E le aspettative risulterebbero confermate anche sul fronte del fatturato: il 62% delle imprese lo dà in linea, mentre il 25% in diminuzione rispetto a quanto previsto a maggio 2025.

Ma è effettivamente così? In realtà no, in quanto le variazioni percentuali dei flussi e del fatturato dichiarate dalle imprese Open Air non corrispondono al giudizio qualitativo dalle stesse espresso. In particolare, i risultati indicati a settembre sono di segno inverso rispetto alle proiezioni di maggio 2025, anche se di pari ampiezza: -1,1% per gli arrivi totali, -1,3% per le presenze totali e -0,5% per il fatturato contro, rispettivamente, +1,3%, +1,4% e +1,2% attesi ad inizio stagione.

Da considerare comunque che, all'epoca delle proiezioni, l'effetto delle condizioni

meteo avverse al Nord non si era ancora manifestato.

Con riferimento alla composizione della clientela, dopo il forte aumento nel 2022 rispetto al 2019, nel 2025, al pari del 2023-24, il 49% delle imprese segnala una stabilità nel numero di nuovi clienti rispetto al 2024, mentre per il 38% questi sono in crescita e per il 10% in diminuzione. Il rapporto vecchi/nuovi clienti nell'estate 2025 è quindi simile a quello del 2023 e del 2024: 54% a 46%.

Relativamente all'evoluzione dei turisti stranieri, il 50% imprese Open Air indica una sostanziale stabilità, il 25% un loro aumento ed il 22% una diminuzione. Il 3% non si esprime. Tra i principali motivi per l'aumento della domanda dall'estero, gli intervistati segnalano la crescita di interesse per una vacanza Open Air (44,4%), la varietà e qualità dell'offerta di campeggi e villaggi turistici in Italia (26,7%), oltre all'attrattività dell'Italia come meta turistica (44,4%) e al fatto che sia una destinazione sicura rispetto ad altre (25,6%). Chi invece ritiene che ci sia stata una diminuzione dei flussi stranieri cita come ragioni principali l'aumento del costo del carburante, che incide soprattutto su chi viaggia con mezzo proprio (59%) e il generale aumento dei prezzi che rendono l'Italia una destinazione costosa (28%), unitamente alla minore disponibilità economica di alcuni mercati, che spinge verso vacanze più brevi e vicino a casa (38,5%).

Riguardo, invece, alla dinamica degli italiani, il 55% delle imprese Open Air indica stabilità, il 26% una diminuzione e il 19% un aumento. I principali motivi della flessione sono gli stessi indicati da chi si attende una diminuzione della clientela straniera, ossia la minore disponibilità economica, che spinge verso vacanze brevi (64%) e l'aumento del costo del carburante (47,2%), cui si accompagna una generale minore disposizione a spendere per turismo (30,3%). Per quel che riguarda, invece, le ragioni addotte da chi si attende un aumento della clientela italiana, qui i pareri sono discordanti. C'è chi interpreta questo andamento in senso negativo, ossia i turisti rimangono entro i confini nazionali perché "costretti" dalla minore disponibilità economica (43,3%), mentre altri in senso positivo, ossia che la situazione economica incerta non ha intaccato le decisioni degli italiani (37,3%). A quest'ultimo giudizio si aggiunge l'attrattività dell'offerta Open Air nazionale (34,3%).

Focalizzando l'attenzione sui principali mercati e sulla loro dinamica nel corso dell'estate 2025, come nel 2023 e 2024 la Polonia risulta al primo posto in termini di dinamica di crescita per il 41% circa delle imprese intervistate (10% in forte aumento, 30,6% in leggero aumento). Segue la Francia, indicata in crescita dal 44% delle imprese (9% forte aumento e 34% leggero aumento). Andamento dicotomico per l'Olanda, data in espansione dal 29% degli intervistati e in calo da un altro 27%. Variegate, per la prima volta nelle ultime stagioni, le opinioni sulla Germania: se il 40% da questo mercato stabile, il 32% indica un aumento e il 28% una diminuzione. Pressoché stabili, infine, i turisti da Svizzera, Italia e Austria (per oltre 50% imprese) rispetto all'estate 2024.

Degli altri mercati segnalati direttamente dagli intervistati, reputati molto dinamici la Repubblica Ceca, il Belgio, la Spagna, il Regno Unito e la Danimarca.

Per quel che riguarda le principali tipologie di turismo, secondo gli intervistati il turismo montano è quello che registra le dinamiche più interessanti (il 45% delle imprese lo indica in aumento), al pari del 2024, date probabilmente anche le temperature elevate di giugno-inizio luglio e agosto. Segue il turismo culturale, in aumento per il 39% delle imprese, mentre è pressoché stabile il turismo balneare e quello lacuale (oltre il 60% delle risposte, in media).

Tra le altre tipologie evidenziate direttamente dagli intervistati, spicca il turismo sportivo/outdoor, che comunque ha un legame anche con l'Open Air, e l'enogastro-nomico.

Dicotomia di opinioni degli operatori Open Air in merito alla competitività dell'Italia come destinazione turistica, che risulta in calo per il 27% degli intervistati (erano il 24,7% nel 2024), mentre in aumento per un altro 22% (24,5% nel 2024). Tale competitività si gioca, tra le altre cose, sul rapporto qualità-prezzo dei servizi: l'aumento dei prezzi turistici è evidenziato da oltre il 60% delle imprese (58% nel 2024). Per quel che concerne l'andamento delle spese dei turisti stranieri e italiani, da sottolineare come, per la prima volta, il 35% delle imprese intervistate evidenziano un calo delle prime, a fronte di un 56% che conferma la flessione delle seconde, già indicata nell'estate 2024.

3.1. L'analisi per area geografica

Al pari degli anni precedenti, i risultati medi calcolati sul totale delle risposte fornite dalle imprese Open Air presenti sul territorio nazionale nascondono delle differenze evidenti a livello sia di area geografica che, come vedremo successivamente, per tipo di destinazione.

Emerge, infatti, un divario nell'andamento della clientela straniera tra Nord Est e Centro-Sud Italia. Per le imprese ubicate nella prima area (22% del totale) i flussi dall'estero mostrano un leggero aumento, soprattutto in termini di arrivi, mentre la durata media del soggiorno tende a ridursi. Per i campeggi e i villaggi del Mezzogiorno (29% delle imprese) e soprattutto dell'area centrale della Penisola (23% delle imprese), gli stranieri risultano, invece, in calo. Stagnante, infine, la domanda estera a Nord Ovest (26% delle imprese).

E il divario tra Nord Est e Centro-Sud si accentua sul fronte della clientela italiana: in questo caso, la flessione dei flussi è intorno al -3% per le strutture del Centro Italia, mentre al -2% per quelli del Sud e delle Isole. Il Nord Est è l'area dove la clientela domestica tiene meglio, mentre al Nord Ovest c'è una riduzione della durata media della permanenza (Tab. 7).

Il fatturato segue evoluzione del mercato ed è integrato/compensato da aumento tariffe. Nel Nord Est la crescita è del +2,2%, grazie alla tenuta della clientela straniera, alla stabilità di quella italiana e all'aumento medio del +2,7% dei prezzi applli-

cati. Bene anche a Nord Ovest, mentre al Centro-Sud la diminuzione è in linea con quella domanda (-3,2% e -2%), a fronte di un aumento delle tariffe più contenuto rispetto ad altre aree.

Tabella 7. I risultati dell'estate 2025 per le imprese Open Air, articolati per area geografica

Area geografica (var.% estate 2025 su estate 2024)						
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media
Stranieri	Arrivi	-0,2%	+1,2%	-3,2%	-0,6%	-0,6%
	Presenze	-0,1%	+0,3%	-3,2%	-0,9%	-0,8%
Italiani	Arrivi	-0,3%	-0,1%	-3,2%	-2,4%	-1,6%
	Presenze	-1,7%	+0,3%	-3,1%	-2,3%	-1,9%
Fatturato		+1,5%	+2,2%	-3,2%	-2,0%	-0,5%
Tariffe		+1,9%	+2,7%	+1,3%	+0,8%	+1,2%

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Il confronto tra le proiezioni di giugno e il consuntivo di settembre 2025 evidenzia come in alcune aree vi sia un gap non solo tra aspettative e risultati ottenuti, ma anche tra il giudizio qualitativo espresso dai rispondenti sull'andamento della stagione e le variazioni percentuali dichiarate. In particolare al Centro Italia, dove appena il 33% circa dichiara risultati inferiori alle attese per la clientela straniera, il 35% per quella italiana e sempre il 35% per il fatturato, mentre per oltre il 50% i risultati sono in linea con le attese. In realtà, a fronte di un aumento pronosticato a maggio del +1,4% degli arrivi totali, del +1,7% per le presenze e del +0,6% del fatturato, la stagione si chiude con una diminuzione significativa di tutti e tre gli indicatori considerati (vedi Tab. 7).

Idem per il Sud Italia: in questo caso, il 35% dichiara risultati inferiori alle attese per la domanda estera, mentre il 32% per quella italiana e il 30% per il fatturato. Tuttavia, ad una crescita prospettata del +2,7% per gli arrivi, del +3,1% per le notti e del +0,7% per il fatturato, le imprese accusano, a settembre, un calo sia dei flussi che dei ricavi.

Leggermente meno soddisfatti anche gli imprenditori del Nord Ovest, mentre le strutture Open Air del Nord Est indicano un consuntivo, in termini numerici, supe-

riore alle caute attese di inizio periodo. Nonostante ciò, il giudizio qualitativo prevalente è per un andamento in linea con le attese.

Tale situazione, e la sua ripetitività negli ultimi anni, fa riflettere in merito alla reale consapevolezza degli operatori di alcune aree circa l'andamento dei flussi di domanda durante la stagione analizzata e quindi alla loro capacità di raccogliere e analizzare i dati in loro possesso per fare delle proiezioni mirate sull'evoluzione dell'estate. Questo, ovviamente, fatto salvo un cambiamento congiunturale di alcune variabili (economiche, meteorologiche, climatiche, ecc.), che può influire in modo repentino sui risultati ottenuti rispetto alle aspettative espresse.

3.2. L'analisi per destinazione

I risultati per tipo di destinazione sono legati all'andamento della domanda nelle aree geografiche dove sono ubicate e quindi al peso che ciascuna destinazione ha nell'area. Ad esempio, le imprese balneari, in termini numerici, sono in proporzione prevalenti al Sud e nelle isole, dove si evidenzia un calo più contenuto della domanda estera, mentre più significativo di quella italiana. Le imprese lacuali sono invece concentrate soprattutto al Nord Ovest e al Nord Est ed hanno andamenti diversificati su entrambi i mercati con una flessione più evidente sul mercato italiano.

La montagna, come nel 2023 e nel 2024, è quella che registra le performance migliori, grazie ad un aumento sia della clientela straniera che di quella italiana (Tab.8). Qui le condizioni climatiche, con temperature estive molto elevate soprattutto a giugno e ad agosto, hanno giocato un ruolo importante. Le imprese Open Air in altre località sono presenti soprattutto in Centro Italia e questo spiega il consuntivo negativo.

Anche in questo caso, il fatturato segue l'evoluzione del mercato o è integrato/compensato dall'aumento delle tariffe: +1,7% in montagna, a fronte di aumento medio delle tariffe del +1,6%, e +1,5% al lago con prezzi che crescono del +1,9%. Al mare e nelle altre località i ricavi risultano in leggero calo, nonostante l'aumento, nel primo caso, delle tariffe.

Tabella 8. I risultati dell'estate 2025 per le imprese Open Air, articolati per tipo di destinazione

Tipo di destinazione (Var. % su estate 2024)						
		Mare	Lago	Montagna	Altro (*)	Media
Stranieri	Arrivi	-0,6%	-0,7%	+1,9%	-5,6%	-0,6%
	Presenze	-1,2%	+0,3%	+0,3%	-3,0%	-0,8%
Italiani	Arrivi	-2,4%	-1,0%	+1,3%	-2,9%	-1,6%
	Presenze	-2,8%	-1,3%	+1,6%	-2,3%	-1,9%
Fatturato		-1,5%	+1,5%	+1,7%	-3,0%	-0,5%
Tariffe		+1,0%	+1,9%	+1,6%	+0,1%	+1,2%

(*) Città d'arte, campagna-collina, terme.

Fonte: indagine Ciset-Questlab

Come nel caso delle aree geografiche, anche il confronto tra le proiezioni di giugno e il consuntivo di settembre 2025 evidenzia come in alcune destinazioni vi sia un gap non solo tra aspettative e risultati ottenuti, ma anche tra il giudizio qualitativo espresso dai rispondenti sull'andamento della stagione e i dati numerici forniti. In particolare, le imprese Open Air ubicate in località balneari indicano una flessione a consuntivo soprattutto della clientela italiana (vedi Tab. 8), a fronte di previsioni positive a maggio (+2% circa sia per i flussi che per le notti totali). Tuttavia, solamente il 29% dei rispondenti dichiara che i risultati sono stati inferiori alle attese, mentre per il 54% sono sostanzialmente in linea.

Più coerenti le risposte fornite dalle strutture in altre località, in montagna e al lago. Nel primo caso, il consuntivo è inferiore alle attese per il 45% di quelle intervistate, ed effettivamente i risultati a fine stagione (vedi Tab. 8) mostrano una flessione significativa sia del movimento turistico che del fatturato rispetto alle aspettative di maggio. In montagna, il 27% degli imprenditori intervistati indica risultati superiori alle attese mentre il 51% in linea, ed effettivamente i numeri dichiarati appaiono coerenti. Al lago, infine, il 28% dichiara che la stagione è stata inferiore alle attese, mentre il 58% in linea con le stesse ed effettivamente c'è stata una leggera flessione nei numeri.

4. CONCLUSIONI

Riassumendo i principali risultati raccolti dalle due rilevazioni condotte nel corso del 2025 presso un campione di strutture Open Air italiane, quello che emerge è che ad inizio stagione le prenotazioni dall'estero appaiono ancora leggermente sottotono rispetto a maggio 2024 (-0,7%), mentre in aumento del +0,5% quelle italiane. Tra le possibili motivazioni, le condizioni meteorologiche incerte a maggio, l'aumento delle tariffe e gli indicatori economici volatili. A metà maggio, comunque, il tasso di occupazione è già su buoni livelli nei due mesi centrali della stagione (55% a luglio e 66% ad agosto), mentre sempre più interessante per le code (settembre già al 31%, ottobre al 12%), in particolare al lago (43% e 20%).

La stagionalità appare sostanzialmente «strutturale» anche se, rispetto all'estate 2024, si nota, per entrambi i segmenti, una leggera maggiore preferenza per giugno-luglio e per i mesi di fine estate, rispetto ad agosto, coerentemente con quanto visto prima a proposito dell'andamento dell'occupazione.

Il mercato italiano, a differenza di quanto registrato nel 2024, guida l'andamento delle prenotazioni a livello nazionale, tallonato dalla Germania e seguita da Olanda, Svizzera e Francia.

Come sempre, caute le proiezioni circa la chiusura dell'estate 2025, con un aumento intorno al +1% sia per i flussi che per il fatturato, a fronte di un aumento medio delle tariffe del +2,4%.

Il lago è la destinazione Open Air con le performance migliori a metà maggio 2025, sia in termini di prenotazioni che di tasso di occupazione delle strutture, mentre sono le imprese ubicate lungo le coste e in montagna quelle in proporzione più ottimiste circa l'andamento complessivo della stagione 2025.

Dal punto di vista territoriale, invece, sono le imprese Open Air del Nord Est ad evidenziare il trend più positivo sia come prenotazioni che come tasso di occupazione, mentre i campeggi e i villaggi del Centro e Sud Italia quelli che indicano proiezioni di chiusura stagione 2025 decisamente migliori rispetto all'estate 2024.

I dati a consuntivo, raccolti a settembre, confermano un'estate 2025 per l'Open Air caratterizzata da una leggera flessione della clientela straniera rispetto al 2024, a causa delle condizioni meteo avverse di fine luglio, al cambio di data delle festività (Pentecoste a giugno) e alla situazione economica incerta.

In calo la domanda italiana (-1,6% arrivi e -1,9% presenze), in linea con quanto registrato nelle ultime due estati, ma in proporzione meno in confronto alla passata stagione: l'evoluzione del meteo e le questioni economiche incidono sulle scelte, ma soprattutto l'aumento dei prezzi, che riduce la capacità di spesa dei connazionali. Rallentamento per il fatturato, trainato generalmente dalla domanda estera, nonostante l'ulteriore aumento delle tariffe dichiarato per il 2025. Da sottolineare, comunque, come i ricavi erano già tornati sui livelli pre COVID nel 2021.

Il Nord Est si conferma, complessivamente, l'area top del turismo Open Air, sia in termini di flussi totali che di performance economiche, mentre Centro e Sud Italia soffrono maggiormente per la contrazione della clientela italiana.

Ed è la montagna la destinazione che registra le performance migliori per campeggi e villaggi, sia in termini di domanda che di fatturato. Pressoché stabili mare e lago dal punto di vista della clientela estera, soprattutto a Nord Est, mentre cala quella italiana. Chi soffre di più risultano, in proporzione, le imprese localizzate in aree rurali e vicino ad attrattori culturali.

Scarica la ricerca e le slide





ELEVA: La qualità professionale - ATTIVA: Interventi di sostegno al reddito

FAVORISCE: L'incontro tra domanda e offerta - ANALIZZA: Il mondo del turismo e formula proposte

ebnt
ENTE BILATERALE
NAZIONALE TURISMO

Soci EBNT:



L'evoluzione del comparto dell'Open Air merita certamente un'attenzione particolare. In questi ultimi anni le continue sollecitazioni della domanda, sempre più orientata alla ricerca di servizi di qualità, hanno contribuito a rendere il turismo all'aria aperta una delle componenti più dinamiche e innovative dell'intera filiera turistico ricettiva nazionale.

Per questo, abbiamo ritenuto importante avviare, già dal 2021 ed in collaborazione con il Ciset – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, un monitoraggio sull'andamento della stagione turistica, al fine di fornire agli operatori indicazioni sulle prenotazioni, sulle aspettative, e sull'analisi consuntiva di fine stagione.

Scarica la ricerca e le slide



Soci EBNT:





Estate 2025 per il settore open air in Italia: le proiezioni di maggio e il consuntivo della stagione

**a cura di
Valeria Minghetti**

Sommario

1. Introduzione	3
2. Le aspettative delle imprese open air a metà maggio 2025	6
2.1. <i>Aspettative maggio 2025: come cambiano le proiezioni delle imprese per area geografica</i>	14
2.2. <i>Aspettative maggio 2025: come cambiano le proiezioni delle imprese per destinazione</i>	21
3. Le opinioni delle imprese open air a chiusura della stagione 2025	28
3.1. <i>Consuntivo estate 2025: come cambiano le opinioni delle imprese per area geografica</i>	40
3.2. <i>Consuntivo estate 2025: come cambiano le opinioni delle imprese per destinazione</i>	44
4. Conclusioni	48

1. Introduzione

Gli obiettivi dell'iniziativa

- **Raccogliere informazioni aggiornate sull'andamento della domanda di turismo all'aria aperta in Italia nel corso della stagione**, per monitorare l'evoluzione del fenomeno in fase sia di avvio che ex post
- **Valutare la consapevolezza delle imprese in merito alla dinamica della clientela nazionale ed internazionale**, non solo nella propria struttura ma anche nel contesto in cui l'impresa opera
- **Contribuire allo sviluppo di un Osservatorio nazionale sul Turismo all'aria aperta**, completando e arricchendo i dati resi disponibili dalle fonti ufficiali con informazioni quantitative e qualitative aggiornate e granulari, sia dal punto di vista del tipo di destinazione che dell'area geografica dove l'impresa è ubicata



Le indagini e i campioni

- ➔ **Due indagini presso un campione di campeggi e villaggi turistici italiani**, la prima organizzata a metà maggio 2025 e la seconda a metà settembre 2025, per misurare le proiezioni e il consuntivo della stagione maggio-ottobre 2025
- ➔ **180 imprese intervistate a metà maggio e 311 a metà settembre**, sulle 1.996 coinvolte e censite da THRENDS (redemption, rispettivamente, del 9% e del 16%)
- ➔ **Imprese rappresentative della distribuzione per tipo di destinazione** (mare, lago, montagna, terme, città arte, cc.) **e per regione**, secondo le quote del censimento
- ➔ **Sistema di rilevazione misto CATI-CAWI-Fax**, per agevolare le imprese e massimizzare tasso di risposta

2. Le aspettative delle imprese open air a maggio 2025

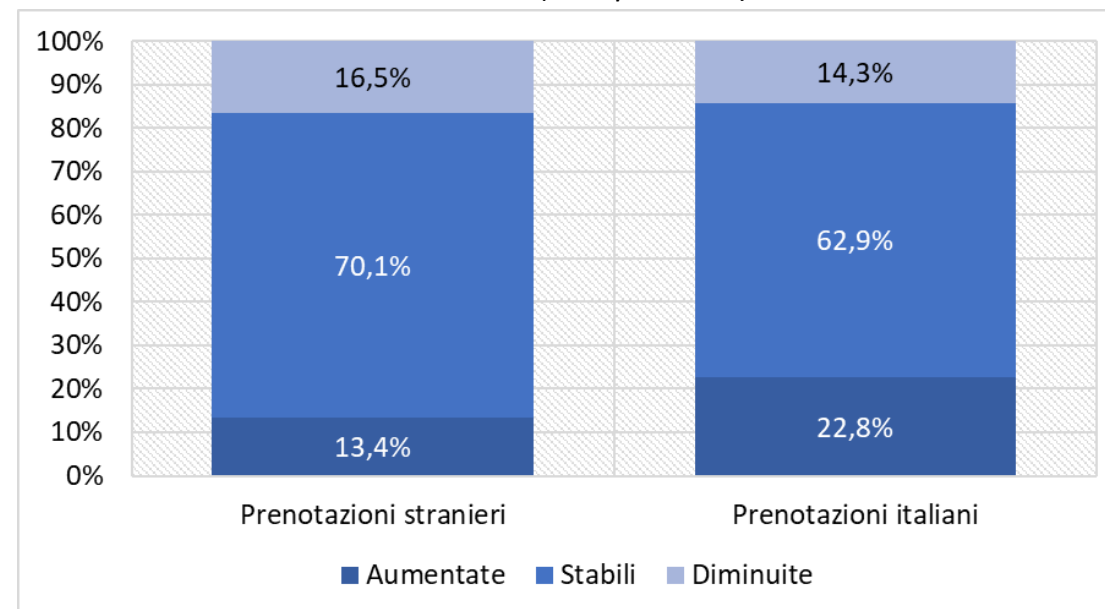
Gli elementi indagati a inizio stagione

- ➔ Andamento delle prenotazioni di turisti italiani e stranieri
- ➔ Tasso di occupazione mensile delle strutture
- ➔ Stagionalità dei turisti italiani e stranieri
- ➔ Paesi di origine che stanno alimentando il maggior numero di prenotazioni
- ➔ Proiezioni sull'estate 2025, in termini di arrivi, presenze e fatturato totali
- ➔ Confronto tra proiezioni 2025 e consuntivo dell'estate 2024

Prenotazioni italiane in leggero aumento a maggio 2025

- Apertura differenziata della stagione 2025 per il turismo open air in Italia: **leggera flessione delle prenotazioni straniere rispetto a quelle registrate a maggio 2024 (-0,7%)**, mentre **tendenziale aumento di quelle italiane (+0,5%)**, a fronte di una ulteriore crescita delle tariffe dichiarate dalle imprese
- Da considerare il **cambio delle festività tedesche** (che nel 2025 sono cadute a fine maggio-giugno anziché a maggio) e le **condizioni meteo** non particolarmente favorevoli fino a metà maggio, con una stagione altalenante e climaticamente un po' indietro rispetto alle medie del periodo
- Inoltre, permane una **situazione economica incerta per le famiglie europee**, dato il raffreddamento/calore occupazione (soprattutto in Germania e Francia) e i rischi connessi ai dazi USA, nonostante l'ulteriore riduzione dei tassi di interesse. Tutte situazioni che possono anche spingere a **prenotazioni tendenzialmente più sotto data**

Andamento prenotazioni 2025 registrato a metà maggio, rispetto a maggio 2024
Media Italia (% rispondenti)



Dinamica prenotazioni estate
2025 (a metà maggio 2025)

Var. % su maggio 2024

Stranieri

-0,7%

Italiani

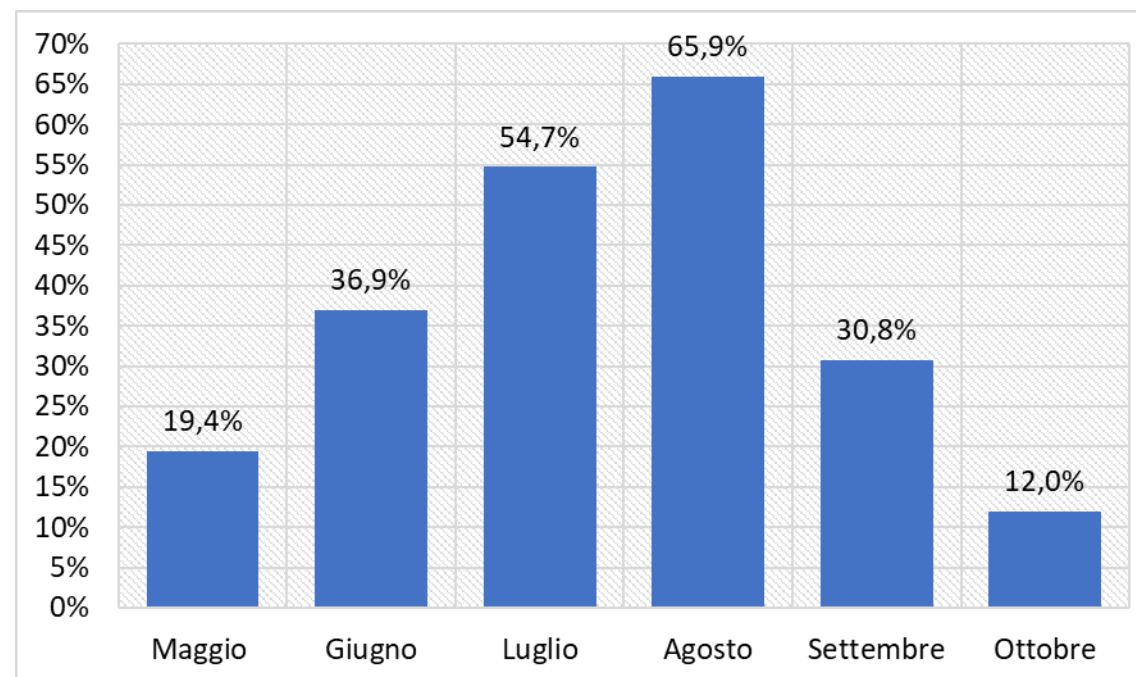
+0,5%

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

L'andamento del tasso di occupazione premia le code di stagione nell'estate 2025

- Complici anche le condizioni meteo del mese – soprattutto al Nord - il **tasso di occupazione delle strutture intervistate è intorno al 19% al momento dell'intervista**, mentre sale al **37%, in prospettiva, a giugno**
- **Buone**, invece, le **proiezioni su luglio e agosto**, dove l'occupazione dichiarata nella seconda metà di maggio si attesta già, rispettivamente, al 55% e al 66%
- **Interessanti le prospettive per settembre e ottobre**, con un'occupazione, rispettivamente, già al **31% e al 12%**. Nel caso di ottobre, tale dato media situazioni dove, già nel 2023-24, si è registrato un allungamento della stagione, soprattutto da parte dei turisti stranieri, e altre in cui le strutture sono già chiuse o in fase di chiusura

*Tasso di occupazione mensile dichiarato dalle imprese a metà maggio 2025.
Media Italia*

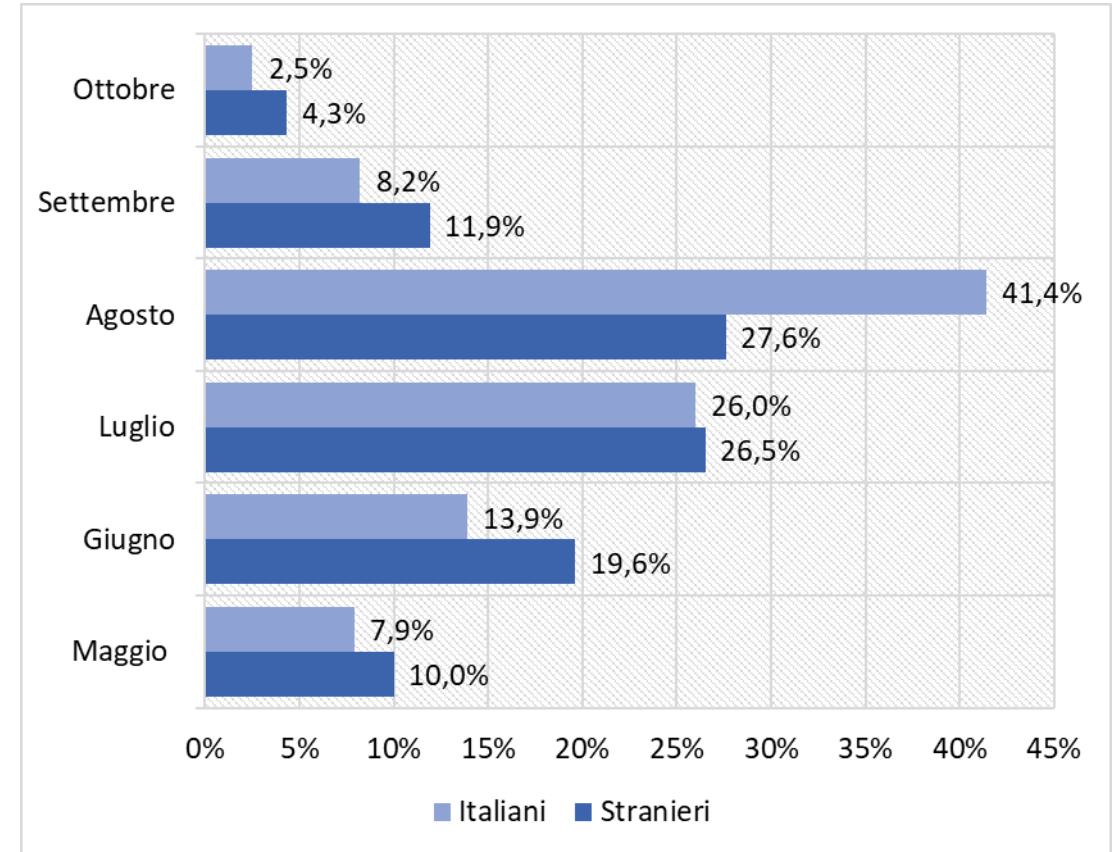


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

La stagionalità 2025 segue l'andamento dell'occupazione

- La stagionalità della domanda estera risulta, come sempre, più distribuita di quella italiana: a metà maggio, le imprese dichiarano che **3 turisti internazionali su 4 arriveranno tra giugno e agosto** (72% nel 2024), contro l'**81%** degli italiani. **Nel bimestre centrale, il rapporto è 54% a 67%.**
- Rispetto all'estate 2024** si nota, per entrambi i segmenti, una **leggera maggiore preferenza per giugno-luglio e per la coda di fine estate, rispetto ad agosto**. In particolare, settembre-ottobre raccolgono le preferenze del 16,2% degli stranieri e del 10,7% degli italiani
- Agosto si conferma il mese dove proporre le tariffe più alte, soprattutto sul mercato italiano

Distribuzione dei turisti già prenotati a metà maggio, per provenienza e mese di soggiorno (quote %)



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Italiani in testa alle prenotazioni per l'estate 2025

- **Italia** in testa alle **prenotazioni 2025** registrate fino a metà maggio dalle imprese intervistate
- **Germania** leggermente sotto, in **seconda posizione**, rispetto a maggio 2024
- Al terzo posto, come alla partenza dell'estate 2024, l'**Olanda**, seguita da **Svizzera** e **Francia**
- Nelle posizioni appena giù dal podio segnalate **Austria**, **Polonia** e **Rep. Ceca**



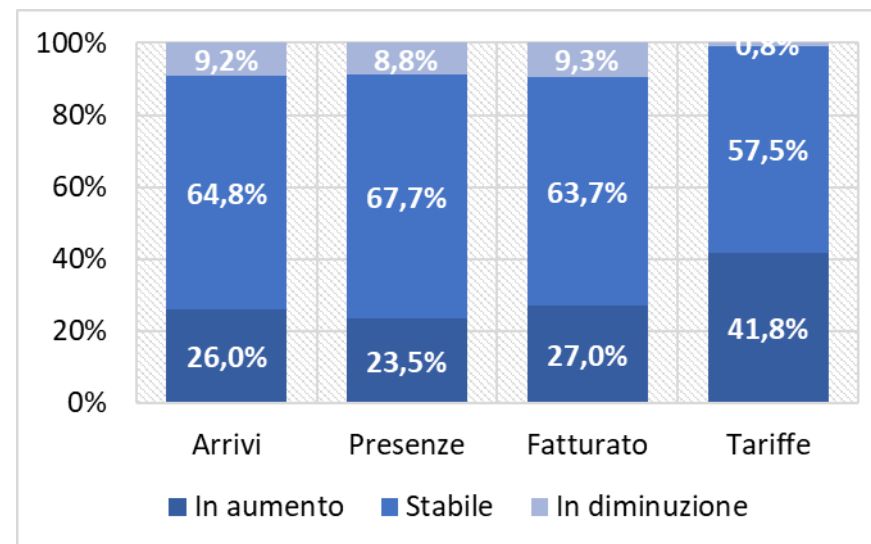
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Proiezioni sul consuntivo per l'estate 2025

- ➔ A parità di condizioni attuali, poco più di un quarto delle imprese open air italiane si attende una **crescita sia dei volumi di domanda totali che del fatturato nell'estate 2025**, a fronte di un **ulteriore aumento delle tariffe rispetto al 2024**, evidenziato da 42% degli intervistati

Proiezioni per estate 2025 a metà maggio 2025	Var. % su consuntivo estate 2024
Arrivi totali	+1,3%
Presenze totali	+1,4%
Fatturato	+1,2%
Tariffe	+2,4%

Andamento dei quattro indicatori a fine estate 2025. Proiezioni delle imprese a metà maggio



- ➔ Nel dettaglio, le attese sono per una **crescita di poco superiore all'1% per arrivi e presenze, così come del fatturato**, a fronte di un **incremento medio dei prezzi del +2,4%**, al pari di quanto segnalato nell'estate 2024
- ➔ Tendenza probabilmente motivata da andamento positivo delle prenotazioni italiane al momento dell'intervista – che, in alcune regioni, sono prevalenti rispetto agli stranieri - e da prospettive di crescita delle prenotazioni dall'estero nella seconda parte del mese e a giugno
- ➔ Da sottolineare, tuttavia, come dato l'aumento delle presenze leggermente superiore a quello degli arrivi e l'evoluzione indicata per le tariffe ci si sarebbe aspettati una crescita leggermente superiore del fatturato atteso

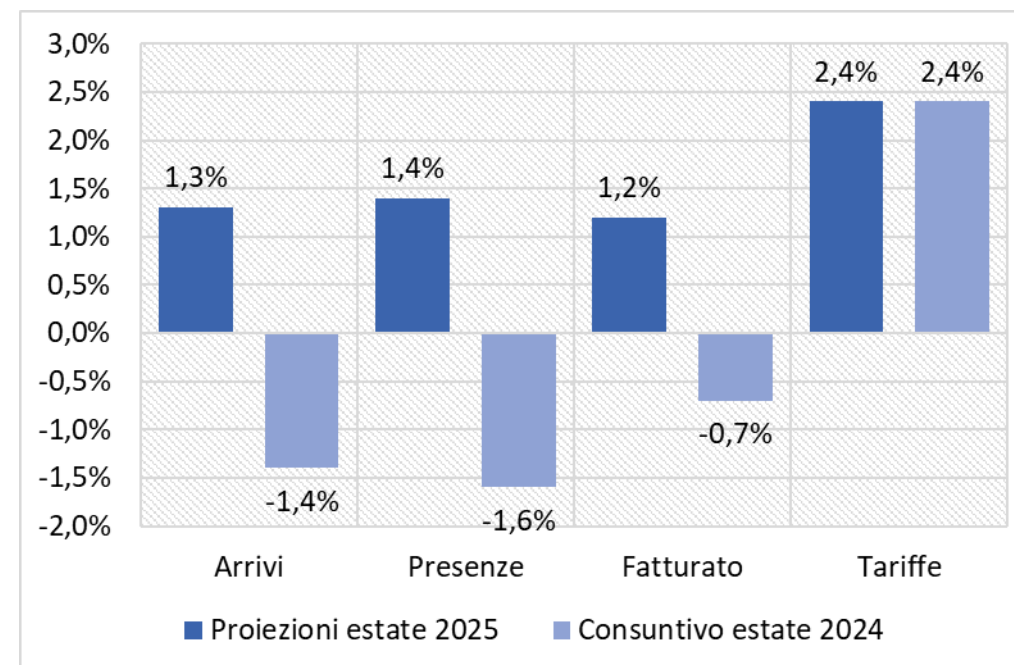
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Confronto tra proiezioni 2025 e consuntivo 2024

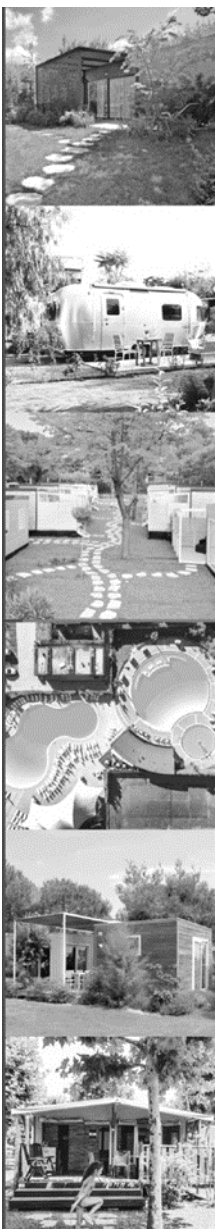
→ Il confronto con il consuntivo dell'estate precedente evidenzia proiezioni positive per l'open air in Italia nell'estate 2025 sul fronte del movimento turistico, che dovrebbero compensare, in tutto o in parte, la chiusura sottotono della stagione precedente. Questo grazie probabilmente all'andamento positivo delle prenotazioni italiane e nonostante la stagnazione di quelle estere registrati fino a metà maggio 2025

→ Pronostici ancora migliori sul fronte del **fatturato**, grazie anche ad un aumento medio del +2,4% delle tariffe, che si somma al +2,4% del 2024 e agli incrementi degli anni precedenti

Dinamica attesa dalle imprese open air per l'estate 2025 e confronto con il consuntivo 2024 (var.%)



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping



2.1. Aspettative maggio 2025: come cambiano le proiezioni delle imprese per area geografica



Prenotazioni italiane in crescita a Nord Est

Var. % su maggio 2024					
Stato prenotazioni estate 2025 (a maggio 2025)	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Media
Stranieri	-0,2%	+2,1%	-1,4%	-3,4%	-0,7%
Italiani	-0,8%	+3,5%	+0,3%	-2,3%	+0,5%

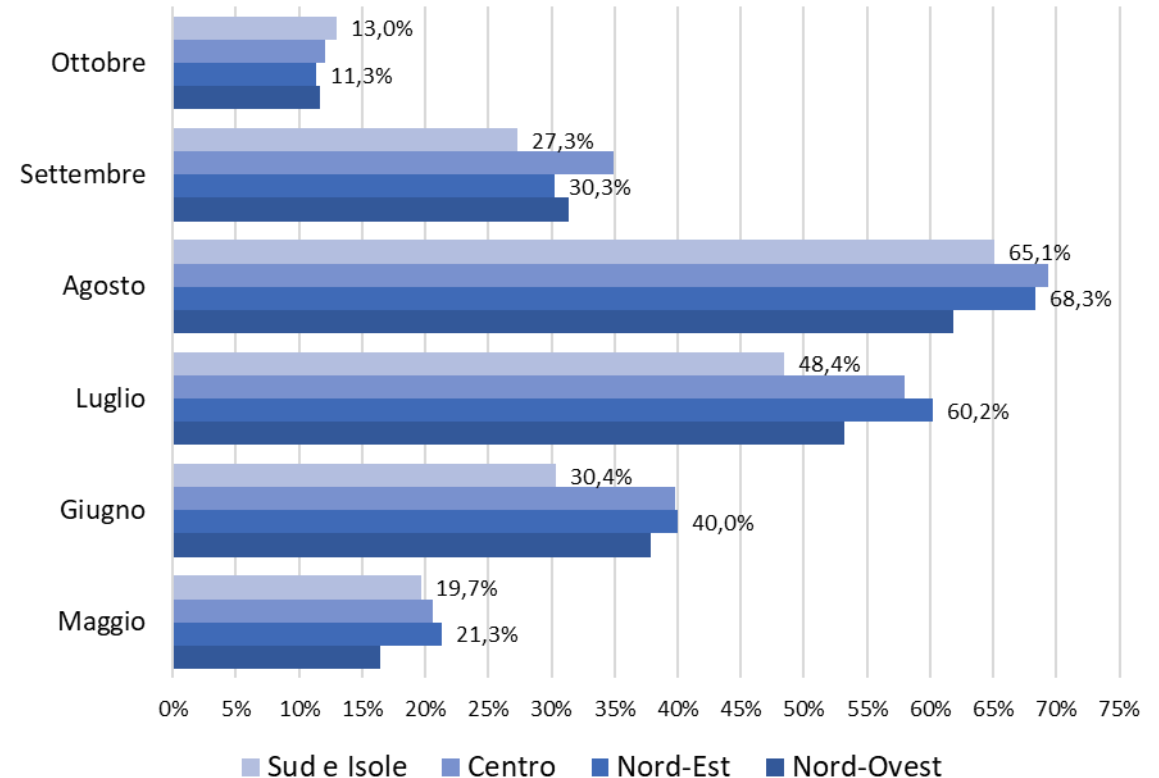
- **Andamento positivo delle prenotazioni dall'estero per le imprese open air del Nord Est (+2,1%),** area dove si concentra la maggiore capacità di accoglienza a livello nazionale. **In flessione, invece, le richieste degli ospiti stranieri giunte ai campeggi e villaggi turistici del Centro e del Sud Italia a metà maggio (-1,4% e -3,4%)** rispetto allo stesso periodo del 2024. **Stagnante la situazione a Nord Ovest (-0,2%)**
- **Situazione ugualmente differenziata per le prenotazioni italiane, che crescono più di quelle straniere a Nord Est (+3,5%),** mentre rimangono pressoché stabili al Centro (+0,3%) rispetto a maggio 2024. **In calo, invece, al Sud e a Nord Ovest (-2,3% e -0,8%),** nel primo caso in modo meno incisivo rispetto a quelle provenienti dall'estero. Viceversa per la seconda area
- Come anticipato, tale andamento può essere motivato dalle **condizioni climatiche incerte** che hanno caratterizzato il Nord Italia nei mesi di maggio e giugno

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Tasso di occupazione nell'estate 2025, per area geografica

- **Tendenzialmente distribuito**, nel corso della stagione, il **tasso mensile di occupazione dichiarato, a metà maggio, dalle strutture open air del Nord Est e del Centro Italia**: siamo ad oltre il 20% di occupazione per lo stesso mese, incidenza che sale a quasi il 40% a giugno, mentre supera il 55% a luglio ed il 65% ad agosto. **Da notare i valori di settembre**, che a metà maggio sono già al 30-35%, e quelli di ottobre tra l'11% e il 12%.
- **A Nord Ovest**, le imprese open air dichiarano, a metà maggio, **riempimenti consistenti soprattutto nei mesi centrali** (luglio al 53% e agosto al 62%) e a settembre (31%).
- **In proporzione inferiore**, rispetto alla media nazionale, **l'andamento dell'occupazione nelle strutture open air del Sud e delle Isole** durante i vari mesi della stagione estiva 2025, a fronte di un calo delle prenotazioni rispetto a maggio 2024 (vedi slide precedente)

Occupazione dichiarata dalle imprese a metà maggio 2025, per macro area geografica

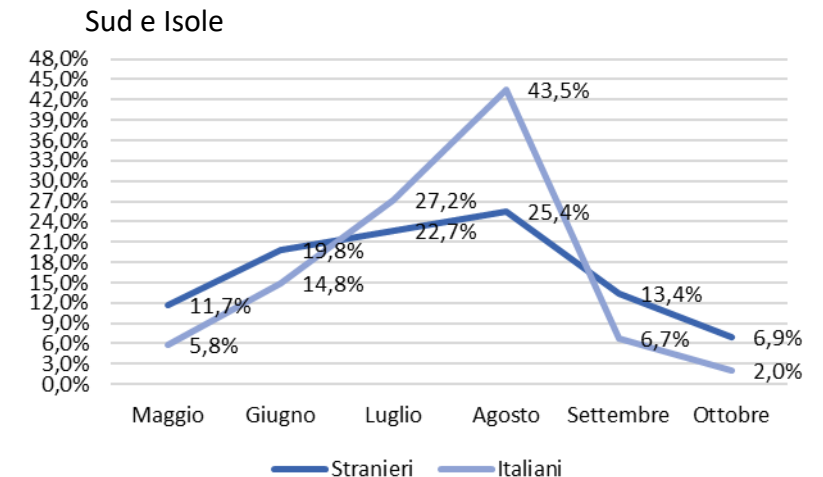
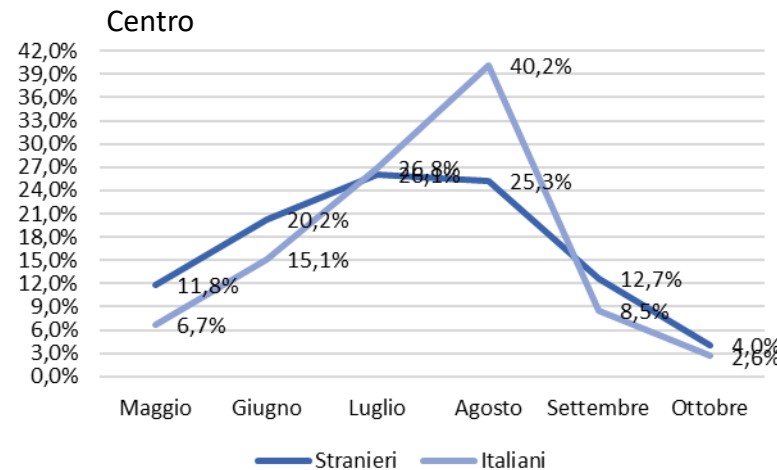
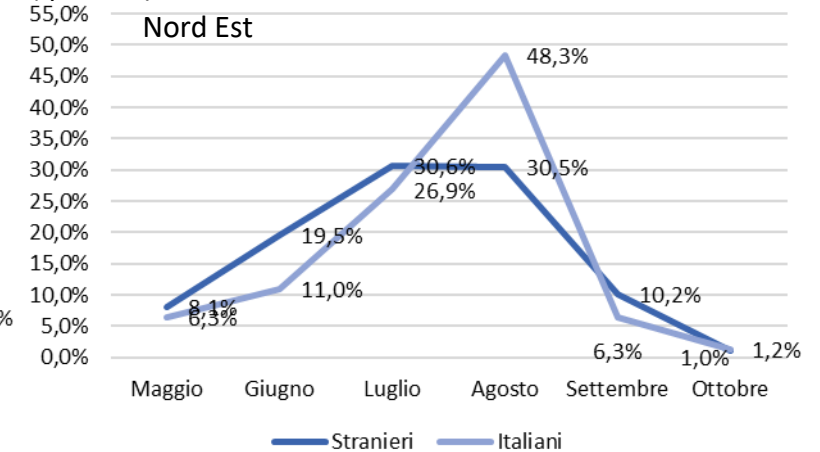
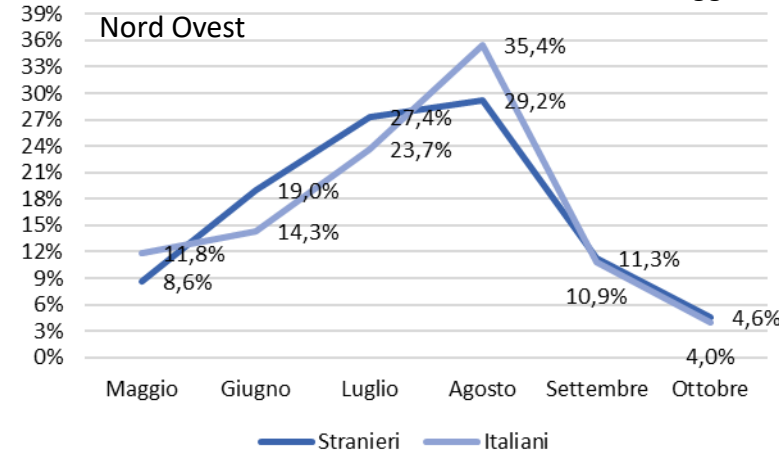


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Stagionalità 2025 per area geografica

- A maggio 2025, la **stagionalità della domanda open air per entrambi i segmenti** è in proporzione **più spalmata per le strutture open air del Nord Ovest**, in linea con la prevalenza di campeggi e villaggi ubicati in località lacuali e, in parte, in montagna
- All'opposto, **le imprese del Sud e Isole evidenziano un andamento mensile più distribuito per gli stranieri** (25% a luglio e 23% a luglio, contro 31% a maggio-giugno), **mentre molto più concentrato per gli italiani** (43,5% ad agosto contro 27% a luglio), data la prevalenza del turismo balneare.
- A Nord Est e al Centro, la **distribuzione degli italiani tende ad essere simile**, con un picco a luglio-agosto legato al turismo balneare (e, nel primo caso, anche montano e lacuale). Per **gli stranieri, andamento risulta in proporzione meno concentrato nelle imprese del Centro Italia**

Distribuzione degli arrivi di turisti già prenotati a metà maggio in ciascuna macroarea, per provenienza e mese di soggiorno (quote %)

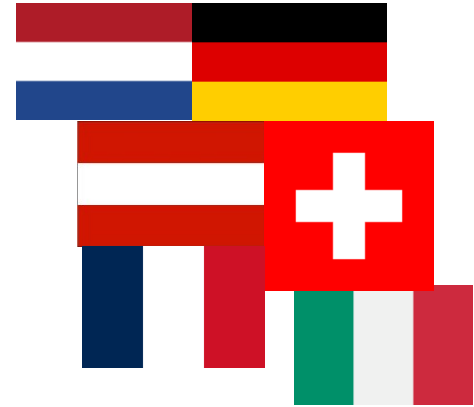


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Chi ha prenotato di più a maggio per area geografica

Diversa la composizione della Top 5 a maggio 2025 nelle diverse aree geografiche:

- ➔ **A Nord Ovest**, dove spiccano le vacanze al lago e in montagna, sono soprattutto **Germania, Italia e Olanda** ad alimentare le prenotazioni, seguite da **Polonia e Francia**
- ➔ **Nettamente in testa la Germania a Nord Est**, dove prevalgono i soggiorni balneari e lacuali: seguono, distanziate, **Italia, Olanda, Austria e Svizzera**
- ➔ **Italia, invece, nettamente al primo posto** delle prenotazioni registrate dalle imprese del **Centro Italia**, seguita da **Germania, Olanda, Svizzera e Repubblica Ceca**
- ➔ **E Italia e Germania** ritornano insieme al top delle prenotazioni per i campeggi e villaggi del **Sud e delle Isole**, seguite da **Polonia e Repubblica Ceca, a pari merito, e dall'Austria**



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

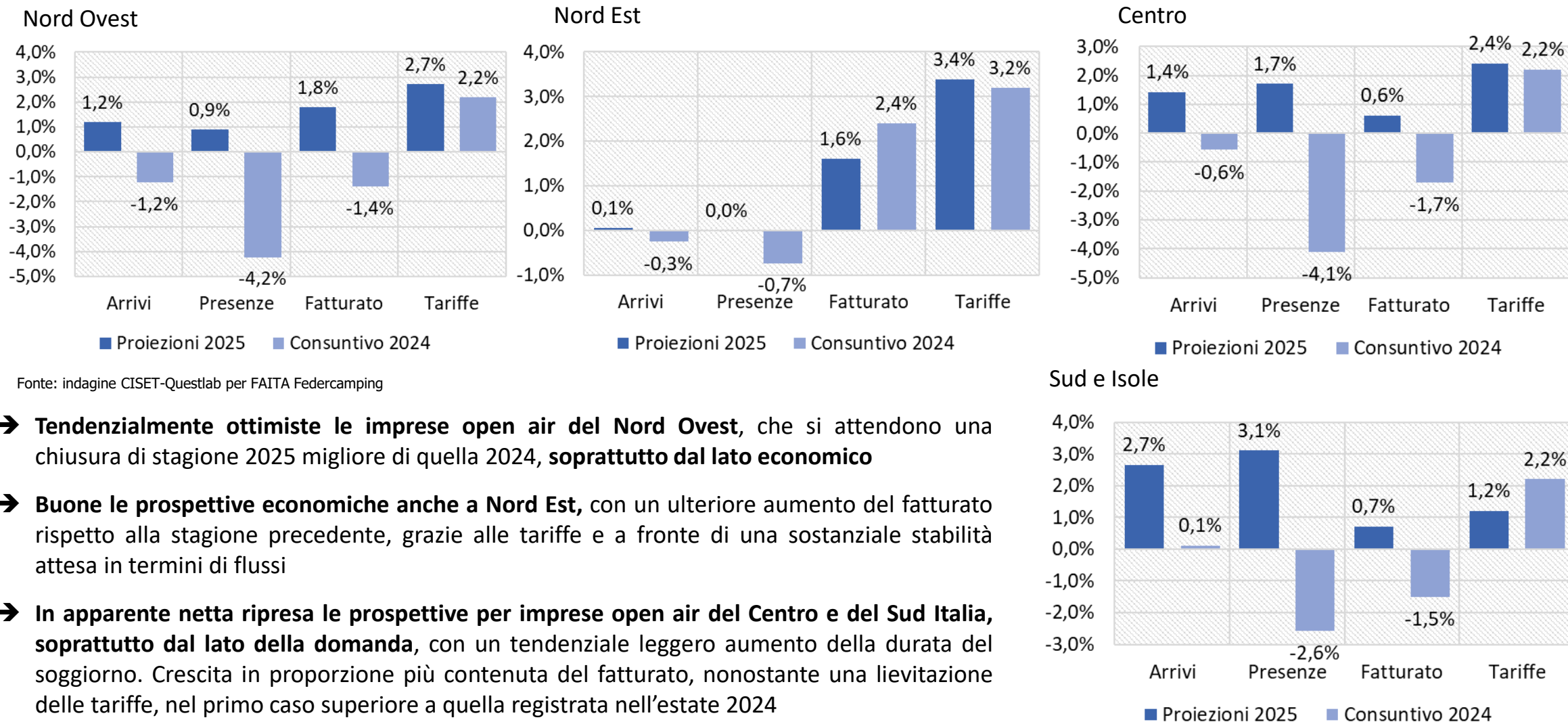
Le proiezioni sull'estate 2025 per area geografica

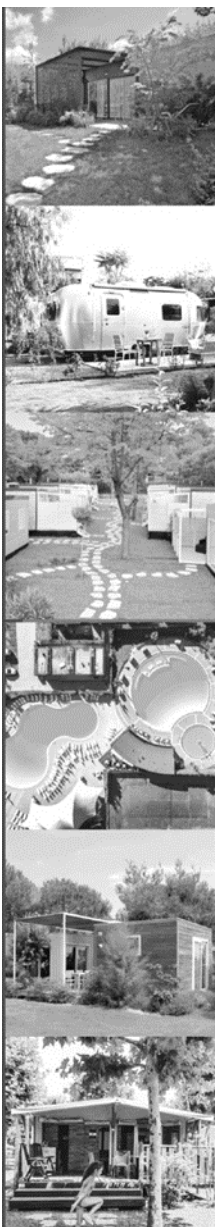
Var. % su consuntivo estate 2024					
Pronostico per estate 2025 (a maggio 2025)	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media
Arrivi	+1,2%	+0,1%	+1,4%	+2,7%	+1,3%
Presenze	+0,9%	+0,0%	+1,7%	+3,1%	+1,4%
Fatturato	+1,8%	+1,6%	+0,6%	+0,7%	+1,2%
Tariffe	+2,7%	+3,4%	+2,4%	+1,2%	+2,4%

- ➔ A parità di condizioni al momento dell'intervista – e nonostante prenotazioni ancora a rilento rispetto a maggio 2024 -, sono le **imprese open air del Sud e delle isole ad essere più ottimiste sulla stagione 2025**, soprattutto in termini di volumi di domanda (arrivi +2,7%, presenze + 3,1%) e, leggermente, anche per il fatturato (+0,7%, a fronte di un +1,2% per le tariffe)
- ➔ E **tendenzialmente ottimisti**, grazie soprattutto ai turisti italiani, **anche i campeggi e i villaggi turistici del Nord Ovest e del Centro Italia**. Nel primo caso, le prospettive economiche appaiono più rosee rispetto ai flussi, con un incremento atteso del fatturato del +1,8%, spinto da un aumento dei prezzi superiore alla media (+2,7%)
- ➔ **Chiusura in pareggio dal lato dei flussi per le imprese del Nord Est, mentre in aumento del +1,6% le entrate economiche**, grazie ad un incremento dei prezzi praticati superiore a tutte le altre aree (+3,4%)
- ➔ Guardando alla coerenza nella variazione dei diversi indicatori segnalata dagli operatori, se al Nord l'aumento delle tariffe rispetto ai flussi supporta la crescita del fatturato, al Centro e al Sud il fatturato rimane un po' sottotono rispetto ad evoluzione di prezzi e presenze

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Confronto tra proiezioni 2025 e consuntivo estate 2024





2.2. Aspettative maggio 2025: come cambiano le proiezioni delle imprese per destinazione



Prenotazioni italiane in crescita al mare e in montagna

Var. % su maggio 2024					
Stato prenotazioni estate 2025 (a metà maggio 2025)	Mare	Lago	Montagna	Altro (*)	Media
Stranieri	-0,5%	0,0%	-1,6%	-1,1%	-0,7%
Italiani	1,1%	0,3%	0,9%	-2,2%	0,5%

(*)= città d'arte, località di campagna e collina

- A maggio 2025, le risposte delle imprese indicano una **stabilità delle prenotazioni di turisti stranieri nelle località lacuali e leggera stagnazione in quelle balneari (-0,5%)**, che sono le destinazioni che accolgono la maggior parte del turismo internazionale open air in Italia. **Diminuzione, invece, in montagna (-1,6%) e nelle altre località (-1,1%) rispetto a maggio 2024.** Tali dati mediano **risultati differenziati per area geografica**. In particolare al lago, dove le indicazioni fornite dalle imprese lungo le sponde dei laghi lombardi e piemontesi sembrano, in proporzione, più positive rispetto a quelle del Garda e degli altri laghi (trentini, laziali, ecc.)
- **In aumento, nello stesso periodo, le prenotazioni dei turisti italiani, soprattutto al mare (+1,1%) e in montagna (+0,9%),** tipologia di destinazioni che abitualmente accolgono la maggior parte dei turisti domestici open air. Stabili, invece, al lago e in calo più significativo, rispetto agli stranieri, nelle altre località

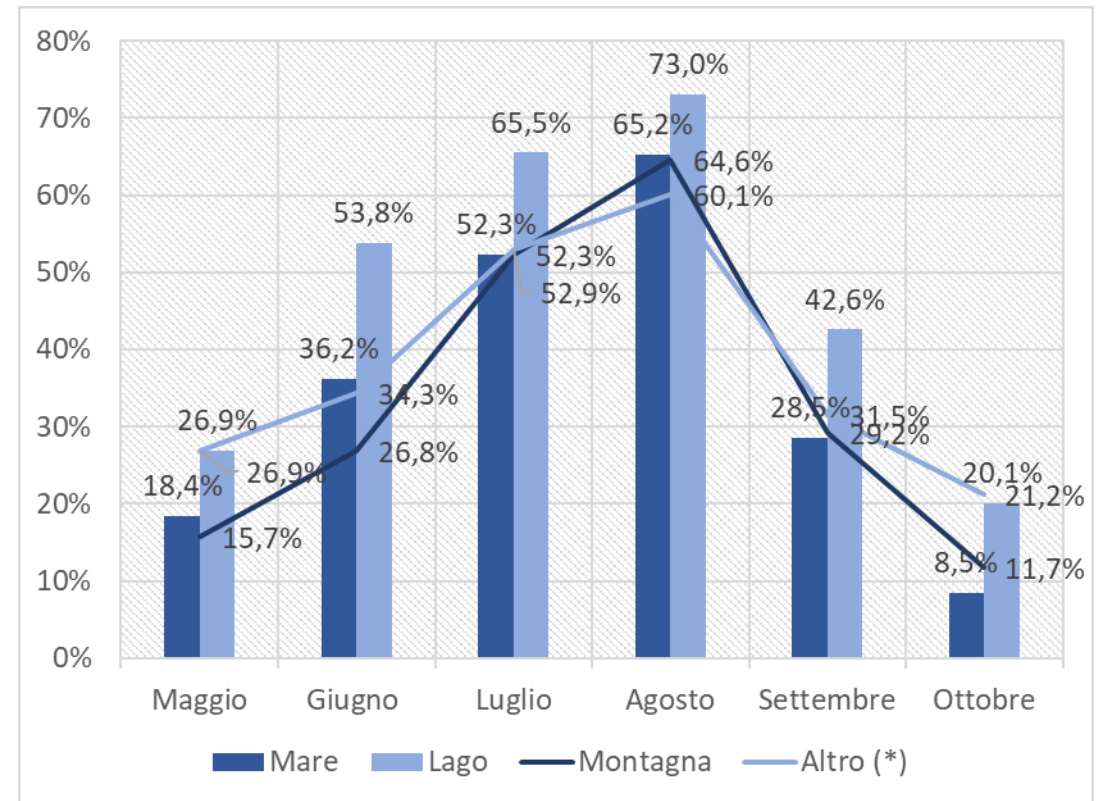
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Tassi di occupazione a metà maggio 2025 per destinazione

23

- Come nel 2024, le **strutture open air nelle località lacuali** evidenziano, a metà maggio, un **tasso di occupazione più distribuito rispetto alle altre destinazioni**. La prevalenza di clientela straniera e l'apertura anticipata in alcune zone (fine marzo sul Lago di Garda), spiegano tale andamento: l'incidenza è già al 27% a maggio, sale ad oltre il 50% a giugno, poi al 65% a luglio e al 73% ad agosto, per ritornare sul 43% a settembre e il 21% ad ottobre
- Nelle **destinazioni balneari e montane**, dove in proporzione cresce la domanda italiana, il **tasso di occupazione** registrato a metà maggio è in proporzione più basso a maggio-giugno per poi **aumentare nei mesi centrali**, collocandosi, rispettivamente, intorno al 52% a luglio e al 65% ad agosto
- **Occupazione stagionalmente molto più spalmata nelle altre località**, con una tendenziale prevalenza di luglio e agosto. Il dato media l'andamento nelle strutture ubicate in città d'arte (dove il livello è oltre il 40% già a maggio) e in quelle in campagna/collina (che hanno un picco nei mesi centrali)

Occupazione dichiarata dalle imprese a metà maggio 2025, per destinazione

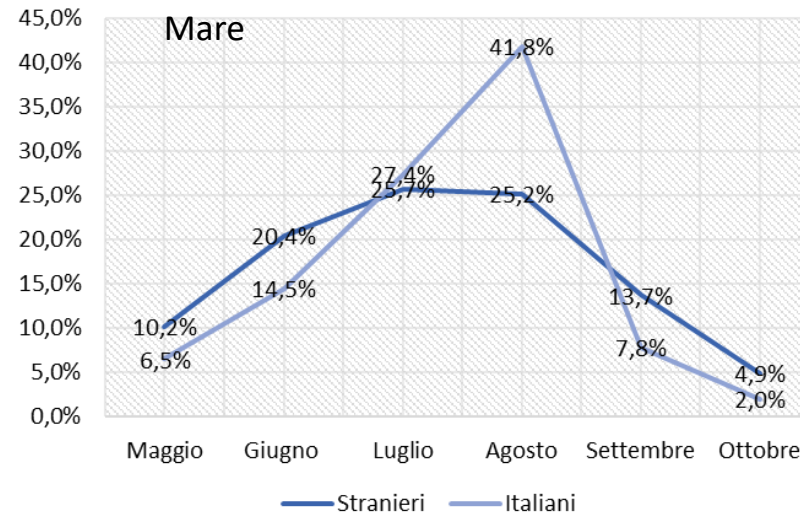


(*)= città d'arte, località di campagna e collina

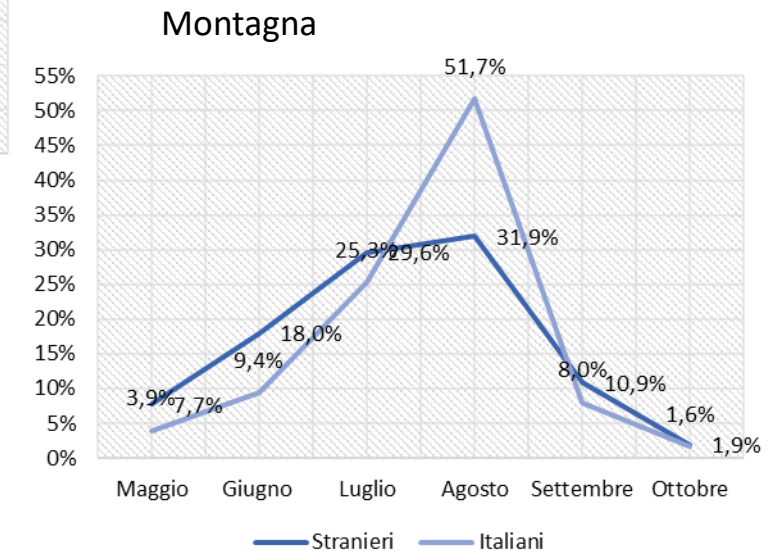
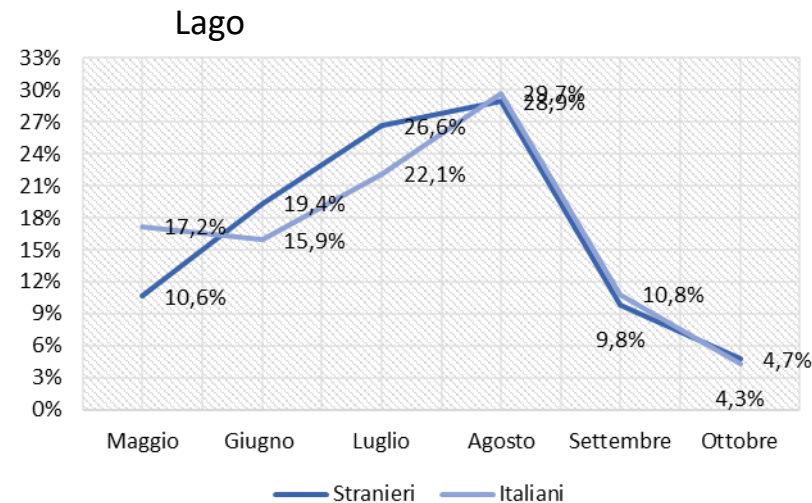
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Stagionalità 2025 per destinazione principale

- A maggio 2025, la **stagionalità della domanda open air per entrambi i segmenti** è in proporzione **più concentrata per le strutture open air in località montane**: oltre 50% per stranieri e 77% per italiani tra luglio e agosto
- Andamento diversificato**, invece, nei campeggi e villaggi turistici **in località di mare**, dove gli **stranieri** sono in proporzione **più presenti nelle code rispetto agli italiani**: oltre il 30% contro il 21% a maggio-giugno e 19% contro 10% a settembre-ottobre
- Tendenzialmente più omogenea la stagionalità delle prenotazioni nelle strutture open air in prossimità dei laghi**, soprattutto da agosto ad ottobre. A maggio 2025, la quota di prenotazioni italiane per lo stesso mese supera, per la prima volta, quella straniera (17,2% contro 10,6%)



Distribuzione degli arrivi di turisti già prenotati a metà maggio in ciascuna destinazione principale, per provenienza e mese di soggiorno (quote %)



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Chi ha prenotato di più a maggio 2025 per destinazione

Diversa la composizione della Top 5 nelle principali destinazioni:

- ➔ **Al mare prenotazioni guidate Italia e Germania**, seguite da **Repubblica Ceca**, **Svizzera e Olanda**. Giù dal podio Francia, Belgio e Polonia
- ➔ **Al lago, le imprese danno Germania e Olanda** davanti ad **Italia, Svizzera e Polonia**, queste ultime a pari merito. Seguono Francia e Austria
- ➔ **In montagna, Italia nettamente in testa, seguita da Germania**. Nelle posizioni successive **Olanda, Francia e Svizzera**
- ➔ **Nelle altre località** (città d'arte e campagna/collina), invece, è la **Germania** a guidare le prenotazioni seguita, a distanza, da **Italia, Olanda, Francia e Belgio**



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Le proiezioni sull'estate 2025 per destinazione

→ A parità di condizioni al momento dell'intervista, **le imprese open air lungo le coste italiane** si attendono, in media, **un aumento dei flussi totali di quasi il +2% rispetto ad estate 2024**, mentre il fatturato resterebbe intorno al +1%, nonostante una crescita delle tariffe del +2%. Tale andamento è legato al maggiore ottimismo delle imprese balneari del Centro e Sud Italia rispetto a quelle del Nord

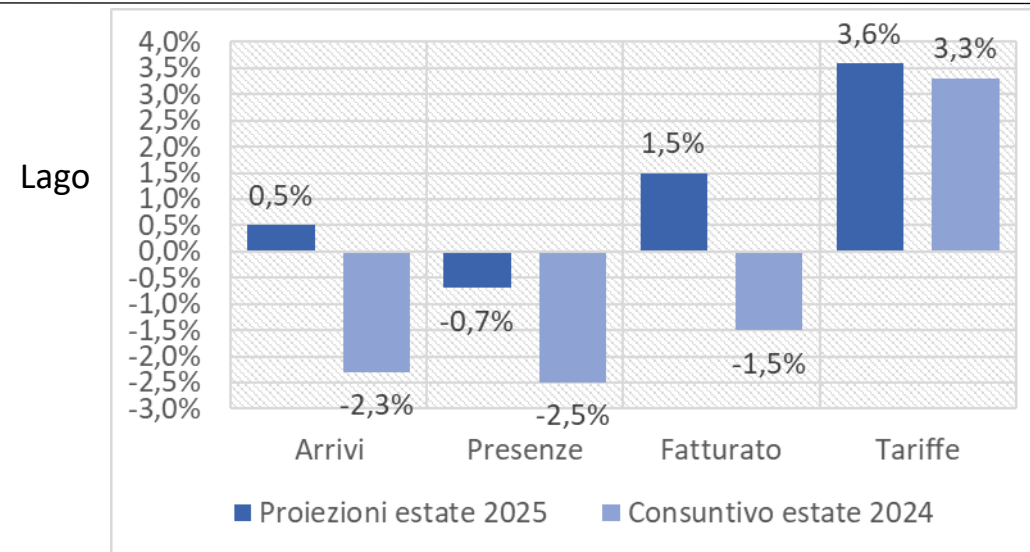
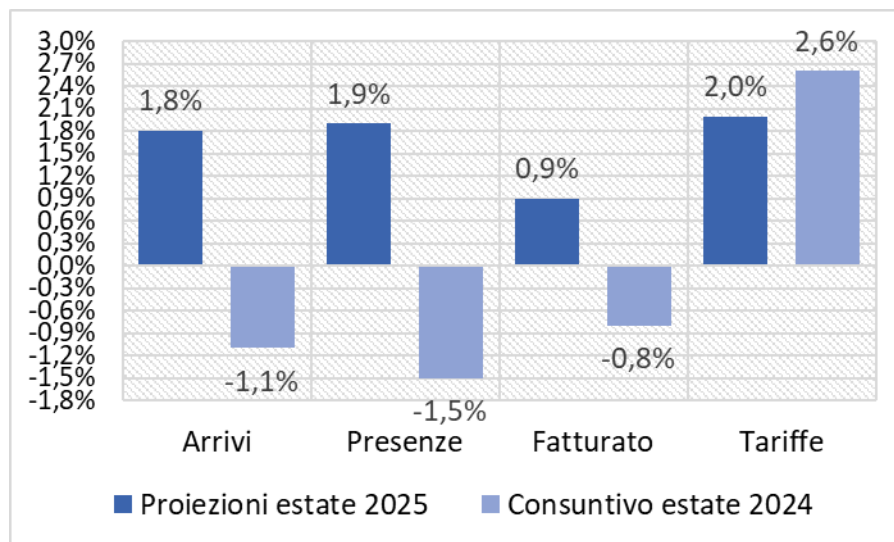
Var. % su consuntivo estate 2024					
Pronostico per estate 2025 (a metà maggio 2025)					
	Mare	Lago	Montagna	Altro (*)	Media
Arrivi totali	+1,8%	+0,5%	+0,7%	+0,1%	+1,3%
Presenze totali	+1,9%	-0,7%	+1,3%	+0,4%	+1,4%
Fatturato	+0,9%	+1,4%	+1,5%	+0,3%	+1,2%
Tariffe	+2,0%	+3,6%	+2,4%	+2,9%	+2,4%

(*)= città d'arte, località di campagna e collina

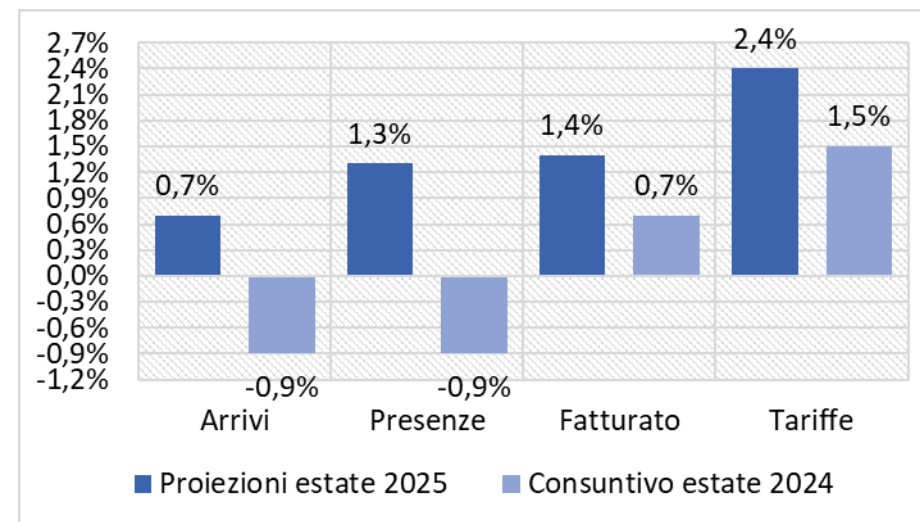
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

- In presunta leggera flessione, invece, la **permanenza media per i campeggi/villaggi turistici vicino ai laghi (arrivi +0,5%, presenze -0,7%)**, mentre il **fatturato è atteso in crescita del +1,4%**, grazie a prezzi in aumento più della media nazionale (+3,6%). Tale dato sembra **trainato soprattutto dal Nord Ovest** (dove si concentra oltre il 50% delle imprese lacuali) rispetto al Nord Est
- **Aumento, invece, della durata media del soggiorno per le strutture montane** (arrivi +0,7%, presenze +1,3%), che porta ad una **crescita del fatturato del +1,5%**, grazie anche ad andamento delle tariffe in linea con la media nazionale (+2,4%)
- Per quel che riguarda **le imprese vicino a città d'arte e in località di campagna e collina**, qui l'andamento media una situazione ambivalente, ossia negativa per le prime e positiva per le seconde, sia per i flussi che per il fatturato, nonostante i prezzi siano al +2,9% rispetto alla media
- Guardando alla coerenza nella variazione dei diversi indicatori segnalata dagli operatori, se in montagna e al lago l'aumento delle tariffe rispetto ai flussi si traduce in una crescita del fatturato, al mare la sua dinamica rimane un po' sottotono rispetto a evoluzione dei prezzi e delle presenze

Confronto tra proiezioni 2025 e consuntivo estate 2024



Montagna



Fonte: indagini Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

- ➔ Se confrontiamo le proiezioni 2025 con i risultati dell'estate 2024, **le imprese open air di tutte le tre principali destinazioni si attendono una stagione complessivamente migliore di quella dichiarata alla chiusura della scorsa estate**
- ➔ I dati di flusso e quelli relativi al fatturato dovrebbero registrare un andamento positivo, in controtendenza con il 2024, a fronte di prezzi che al lago e in montagna dovrebbero crescere più che nell'estate precedente

3. Le opinioni delle imprese open air a chiusura della stagione 2025

Elementi indagati a settembre 2025

- ➔ Andamento degli arrivi e delle presenze di turisti italiani e stranieri rispetto all'estate 2024
- ➔ Motivi per l'aumento/diminuzione dei turisti stranieri
- ➔ Motivi per l'aumento/diminuzione dei turisti italiani
- ➔ Andamento del fatturato e dei prezzi
- ➔ Confronto tra risultati a consuntivo e aspettative ad inizio stagione
- ➔ Evoluzione dei nuovi clienti, dei principali mercati e delle tipologie di turismo
- ➔ Opinioni in merito alla competitività dell'Italia, all'andamento dei prezzi ed alla spesa dei turisti italiani e stranieri

Gli stranieri sostengono volumi e fatturato open air nell'estate 2025

- ➔ Leggera flessione della domanda estera e diminuzione di quella italiana
- ➔ Stagnazione del fatturato, sostenuto comunque da un ulteriore aumento delle tariffe rispetto a stagione precedente
- ➔ Trend in linea con estate 2024, ma gli italiani sono calati di meno
- ➔ Il confronto tra biennio estivo 2024-25 ed estate 2023 evidenzia come i turisti stranieri siano calati del -1% in due anni, mentre gli italiani -4/-5% e il fatturato -1,2%, a fronte di +4% per le tariffe

Estate 2025 secondo imprese open air (var.% su estate 2024)	Arrivi	Presenze
Turisti stranieri	-0,6%	-0,8%
Turisti italiani	-1,6%	-1,9%
Fatturato totale	-0,5%	
Tariffe medie per l'alloggio	+1,6%	

- ➔ I dati medi nazionali celano risultati differenziati per territorio (sia per area geografica, che per regione) e per tipologia di turismo
- ➔ Condizioni climatiche avverse nella seconda metà di luglio-inizio agosto al Nord (dopo anticipo d'estate a giugno) e forte caldo al Centro-Sud; incertezza su situazione economica e aumento dei prezzi le principali motivazioni di tale andamento, secondo le imprese. Fattori che hanno influito su scelte e capacità di spesa dei turisti stranieri e soprattutto italiani, penalizzando in particolare Centro e Sud Italia

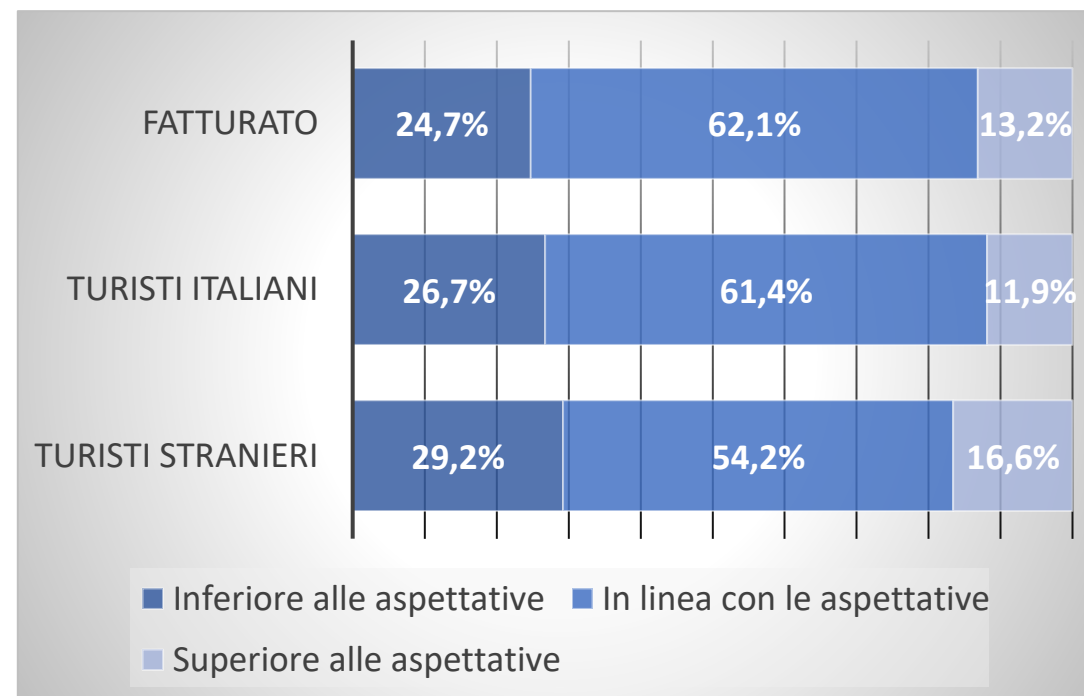
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Confronto tra risultati estate 2025 e proiezioni maggio 2025

- Per **54%** imprese andamento del turismo straniero è risultato in linea con attese di inizio stagione, mentre per 29% inferiore
- **Maggiore coerenza tra proiezioni e risultati per turisti italiani:** in linea con attese per 61% intervistati, mentre per 27% in calo
- **Aspettative confermate sul fatturato per il 62% delle imprese,** mentre 25% lo da' in diminuzione

Ma quali erano, in realtà, le aspettative espresse dagli operatori a maggio 2025?

- Arrivi totali +1,3%
- Presenze totali +1,4%
- Fatturato +1,2%



- Il confronto evidenzia, quindi, come, nonostante le dichiarazioni, i **risultati di fine stagione siano di segno inverso rispetto alle proiezioni di maggio 2025, anche se di pari ampiezza:** -1,1% arrivi totali, -1,3% presenze totali, -0,5% fatturato
- A fronte di questa **apparente incoerenza nelle risposte fornite dalle imprese**, da considerare anche che, all'epoca delle proiezioni, l'effetto delle condizioni meteo avverse al Nord non si era ancora manifestato

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

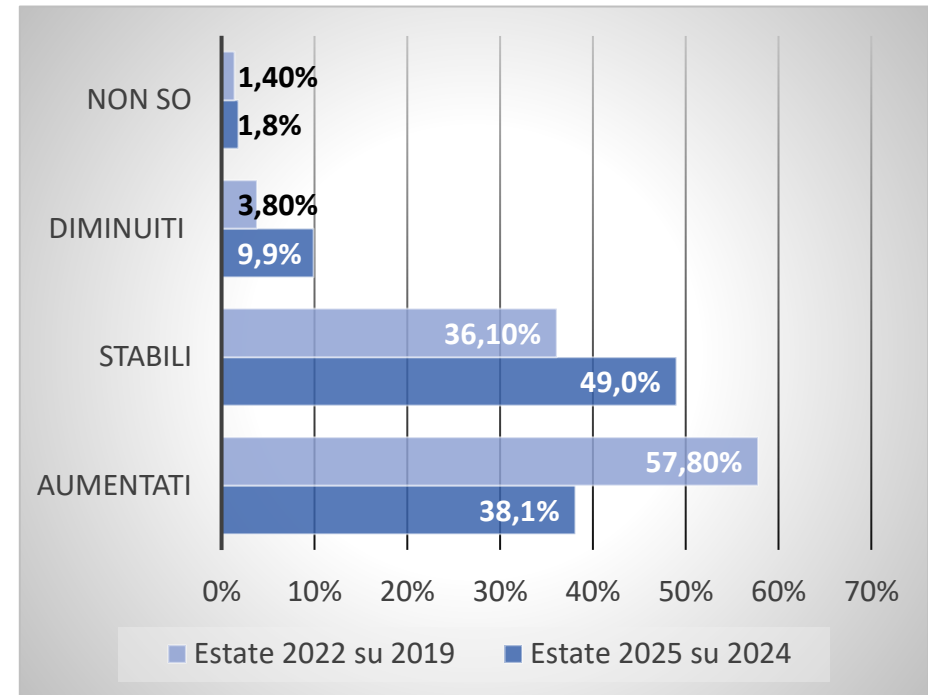
Stabile la nuova clientela nell'estate 2025

Per quasi il 50% delle imprese, i nuovi clienti ospitati nel 2025 risultano stabili rispetto al 2024, mentre per 38% sono in crescita e per 10% in diminuzione

Si tratta di un turnover di clienti che già frequentavano la località e/o che hanno cambiato destinazione, oppure di persone che per la prima volta fanno questo tipo di vacanza



Anche per l'estate 2025, quindi, il rapporto vecchi/nuovi clienti rimane simile a quello del 2023-24: 54% a 46%



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Estate 2025: ragioni per aumento/calò dei turisti stranieri (1)

- 50% imprese open air indica una sostanziale stabilità turisti esteri, 25% un loro aumento e 22% una diminuzione

Motivi per AUMENTO e variazioni delle quote % rispetto ad estate 2024 (risposte multiple)	%	Motivi per DIMINUIZIONE e variazioni delle quote % rispetto ad estate 2024 (risposte multiple)	%
↓ Capacità di attrazione dell'Italia	44,4%	↑ Aumento costo carburante per chi viaggia con mezzo proprio	59,0%
↑ Crescita interesse per vacanza all'aria aperta	44,4%	↑ Vacanze brevi, minore disponibilità economica	38,5%
↑ Varietà e qualità offerta di campeggi e villaggi turistici in Italia	26,7%	↑ Italia destinazione costosa, prezzi alti	28,0%
↑ Italia destinazione sicura, rispetto ad altri paesi	25,6%	↑ Italia poco competitiva per rapporto qualità prezzo	20,5%
↑ Efficacia campagne pubblicitarie e di marketing fatte all'estero	16,7%	↓ Scarsa efficacia campagne promozionali	12,8%
↑ Offerta turistica diversificata, miglioramento qualità servizi turistici	14,4%	↓ Situazione economica incerta in EU diminuisce propensione a spendere per turismo	11,5%
↓ Situazione economica incerta non ha inciso su voglia di viaggiare	8,9%	↑ Aumento costi collegamenti aerei, ferroviari e marittimi	10,2%
↓ Efficacia promozioni e offerte fatte da operatori turistici	7,8%		
↓↓ Economicità vacanza in Italia, prezzi bassi	5,6%	↓ Offerta turistica italiana non adeguata	2,6%
↓ Aumento flussi da alcuni paesi specifici (Spagna, Est EU, Francia)	5,6%	↓ Qualità e varietà offerta open air non adeguata	2,6%
↓ Crescita soggiorni legati a prodotti specifici (pet friendly, sport& outdoor)	3,3%	Altro	7,7%
Altro	11,3%	Non so	11,5%
Non so	4,4%		

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Estate 2025: ragioni per aumento/calò dei turisti stranieri (2)

- ➔ Per le imprese che dichiarano un aumento dei turisti stranieri (25%), sono soprattutto la **crescita di interesse per il turismo open air (44,4%)** e la **varietà e qualità dei campeggi e villaggi italiani (26,7%)** a portare la clientela internazionale in Italia, e tali ragioni registrano un aumento rispetto alla stagione 2024
 - ➔ A ciò si aggiunge la **capacità di attrazione del nostro Paese come meta turistica (44,4%)** e il fatto che sia una **destinazione sicura rispetto ad altre (25,6%)**
 - ➔ In netto calo, invece, rispetto all'estate 2024, chi pensa che sia l'**economicità della vacanza in Italia ad attrarre domanda estera**
-
- ➔ Per le imprese che, all'opposto, dichiarano una diminuzione dei turisti stranieri (22%), sono le **questioni economiche a tenere banco**: in primis, l'**aumento del costo del carburante (59%)**, che in Italia risulta superiore a quello di altri paesi europei, e che penalizza soprattutto chi viaggia con mezzo proprio. A ciò si aggiunge il **minore potere di acquisto delle famiglie, che porta a fare vacanze più brevi (38,5%)**, unito al **maggiore costo dell'Italia come destinazione turistica (28%)**, data anche la **minore competitività in termini di rapporto qualità-prezzo (20,5%)**. Tutte queste motivazioni risultano in aumento rispetto a quanto dichiarato nell'estate 2024
 - ➔ Da sottolineare anche l'**aumento dei costi dei collegamenti aerei, ferroviari e marittimi**, molto probabilmente evidenziato dalle imprese open air del Centro e Sud Italia (10,2%), che sono le più penalizzate da questa situazione.



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Estate 2025: ragioni per aumento/calò dei turisti italiani

- 56% imprese open air indica stabilità dei turisti italiani, 26% una diminuzione e 19% un aumento

Motivi per AUMENTO e variazioni delle quote % rispetto ad estate 2024 (risposte multiple)	%	Motivi per DIMINUZIONE e variazioni delle quote % rispetto ad estate 2024 (risposte multiple)	%
↑ Vacanze brevi, minore disponibilità economica	43,3%	↑ Vacanze brevi, minore disponibilità economica	64,0%
↑ Situazione economica incerta non ha inciso su turismo domestico	37,3%	↑ Aumento costo carburante per chi viaggia con mezzo proprio	47,2%
↑ Varietà e qualità offerta di campeggi e villaggi turistici in Italia	34,3%	↑ Situazione economica incerta, aumento prezzi, meno propensione a spendere per turismo	30,3%
↑ Effetto positivo campagne pubblicitarie e promozionali	26,9%	↑ Aumento voli low cost verso destinazioni estere	14,6%
↓ Riscoperta/rivalutazione Italia come meta turistica	20,9%	↑ Campeggi e villaggi turistici in Italia più costosi	13,5%
↑ Offerta turistica diversificata, miglioramento qualità servizi	16,4%	↓ Italia poco competitiva in termini di rapporto qualità/prezzo	9,0%
↓ Promozioni e offerte fatte da operatori open air	11,9%	↓ Italia destinazione costosa, prezzi dei servizi sono alti	9,0%
↓ Crescita vacanze e soggiorni legati a prodotti specifici (pet friendly, sport&outdoor)	15,3%	Aumento offerte su Internet per destinazioni o campeggi/villaggi all'estero	4,5%
↓ Economicità della vacanza in Italia, prezzi bassi	10,4%	Maltempo	4,5%
↑ Aumento costo carburante per chi viaggia con mezzo proprio, che spinge a rimanere nel proprio paese	8,9%	Migliore promozione di destinazioni e campeggi/villaggi esteri	2,2%
↓ Crescita soggiorni legati a prodotti specifici (pet friendly, sport&outdoor)	7,5%	Altro	9,0%
↓ Preferenza per vacanze "sicure", all'interno dei confini nazionali	3,0%	Non so	2,2%
Altro	3,0%		

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Estate 2025: ragioni per aumento/calò dei turisti italiani (2)

- ➔ Per le imprese che dichiarano un aumento dei turisti italiani (19%), qui le ragioni dichiarate sono dicotomiche. Da un lato, vi sono imprese che sostengono una **scelta «costretta»**, ossia che **gli italiani rimangono in Italia per risparmiare (43%)**, date le vacanze più brevi, anche a fronte di un aumento del costo del carburante (9%). Dall'altro, campeggi e villaggi che pensano che **l'attuale situazione economica non abbia inciso sulle decisioni dei nostri connazionali (37%)**, che continuano a fare vacanza nel nostro Paese, data anche la qualità e varietà dell'offerta italiana (34%) e l'effetto positivo delle campagne pubblicitarie e promozionali (27%). Ed entrambe queste posizioni, pur antitetiche, sono in crescita rispetto all'estate 2024
- ➔ Per le imprese che, all'opposto, dichiarano una **diminuzione dei turisti italiani (26%)**, le **questioni economiche balzano decisamente in primo piano. Per il 64% c'è una minore disponibilità economica**, dato anche l'aumento dei costi - in primis del carburante (47%) - e, più in generale, una **situazione di incertezza che porta a spendere meno anche per turismo (30,3%)**. Motivazioni tutte in crescita rispetto all'estate 2024
- ➔ Da sottolineare, inoltre, come il **13,5% dei campeggi e villaggi intervistati evidenzia, nello specifico, l'aumento delle tariffe da parte delle strutture open air**, che le rende meno appetibili per la clientela italiana
- ➔ E il 4,5% segnala anche **l'effetto del maltempo**, in particolare a fine luglio-inizio agosto, periodo in cui inizia l'affluenza più consistente dei turisti nazionali

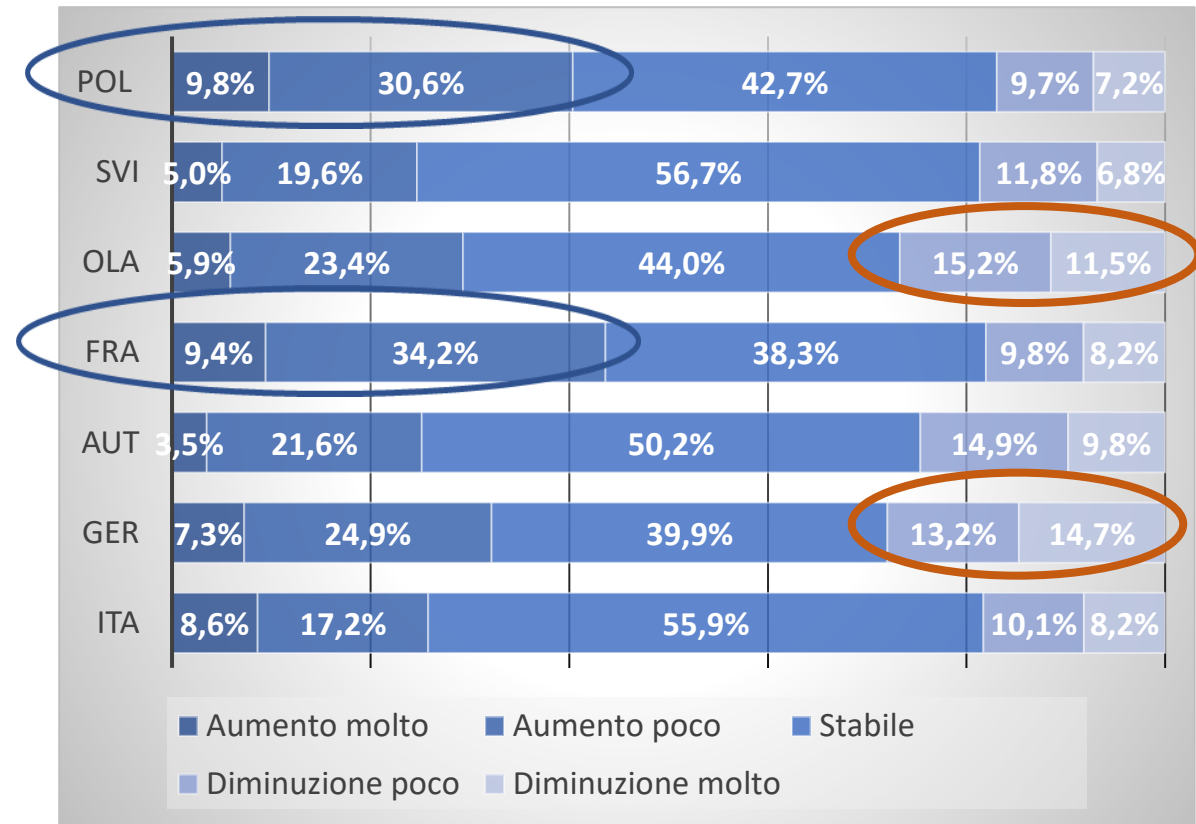


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Principali mercati: chi è cresciuto di più, chi di meno nell'estate 2025

(solo rispondenti, esclusi i «non so»)

- **Polonia** sempre al primo posto come mercato più dinamico (in aumento per il 40% imprese intervistate, di cui forte 10%)
- Segue la **Francia**, indicata in crescita dal 44% delle imprese (9% forte aumento e 34% leggero aumento)
- Andamento dicotomico per l'**Olanda**: in crescita per il 29% delle imprese e in calo per un altro 27%
- **Variegate, per la prima volta, le opinioni sulla Germania**: se il 40% la dà stabile, il 32% indica un aumento e il 28% una diminuzione
- Pressoché invariati i turisti da **Svizzera, Italia e Austria** (per oltre 50% imprese) rispetto all'estate 2024
- Degli altri mercati segnalati direttamente dagli intervistati, risultano **molto dinamici Rep. Ceca, Belgio, Spagna, Regno Unito e Danimarca**

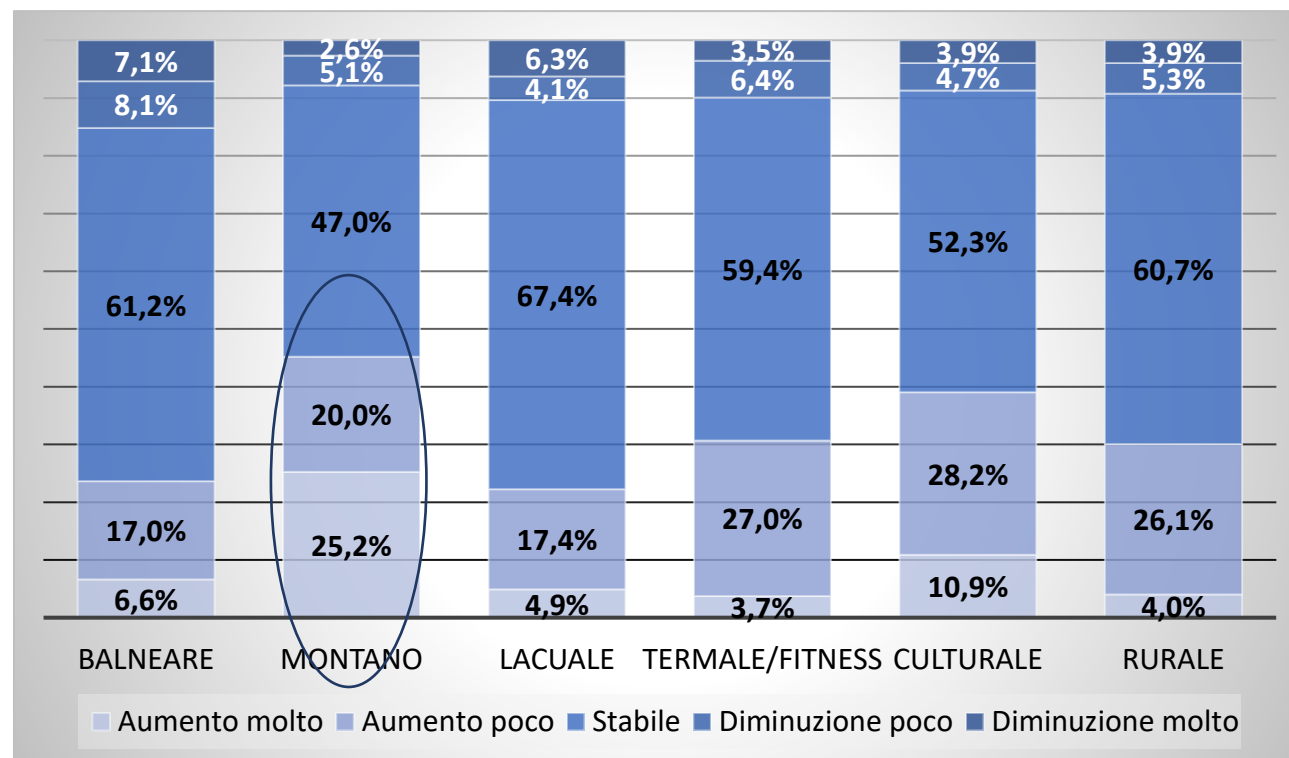


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Tipologie di turismo più dinamiche secondo l'open air

(solo rispondenti, esclusi i «non so»)

- Secondo gli intervistati, il **turismo montano** è quello che registra le dinamiche più interessanti: il 45% delle imprese lo da' in aumento
- Segue il **turismo culturale**, in crescita per quasi il 40% delle imprese
- Pressoché stabili il **turismo balneare, lacuale, rurale e termale** (intorno al 60% delle risposte, in media)
- Tra le altre tipologie evidenziate direttamente dagli intervistati, spicca il **turismo sportivo/outdoor** e quello **enogastronomico**

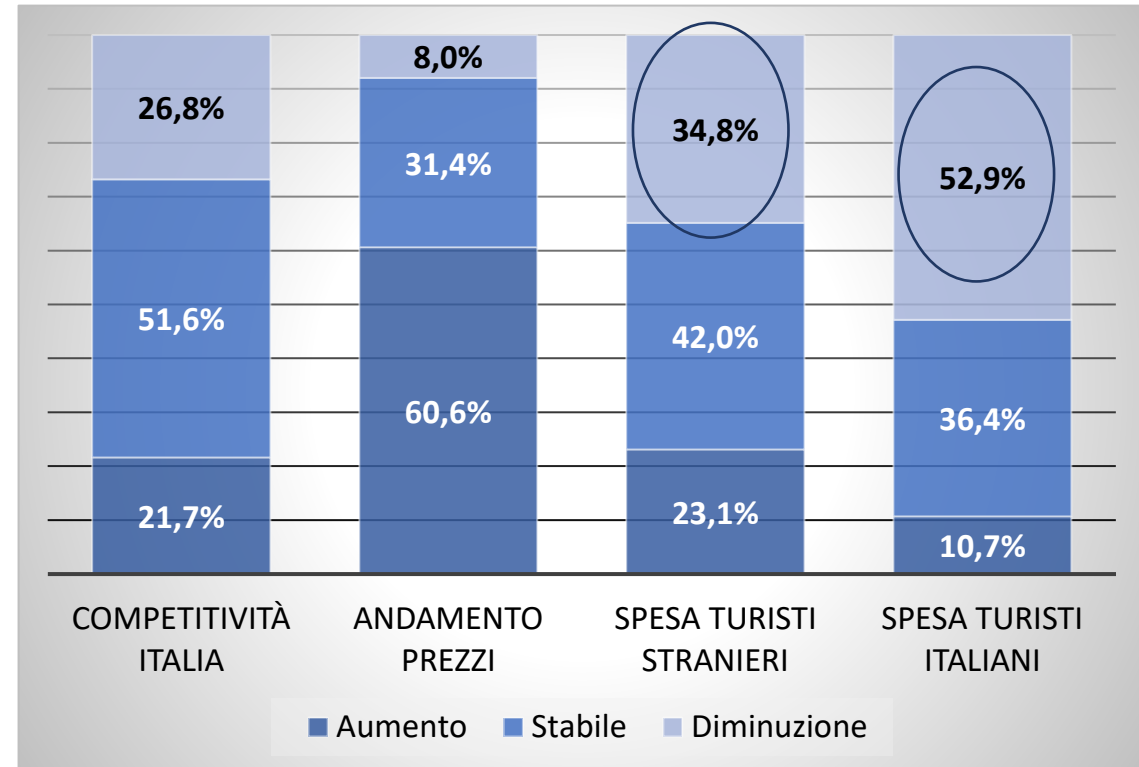


Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Competitività, prezzi e spesa dei turisti: come la vedono le imprese

(solo rispondenti, esclusi i «non so»)

- **Divario di opinioni sulla competitività dell'Italia come destinazione:** in calo per il 27% degli intervistati (erano il 24,7% nel 2024), mentre in aumento per un altro 22% (24,5% nel 2024)
- Riguardo ai prezzi, l'**aumento delle tariffe turistiche è evidenziato da oltre il 60% delle imprese** (contro 58% nel 2024)
- **In crescita, per la prima volta, le imprese che sottolineano un calo delle spese degli stranieri: 35%** (erano il 23% nel 2024)
- **E crescono anche quelle che evidenziano una diminuzione della spesa degli italiani : 53%** (erano 44% nel 2024)



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

***3.1. Consuntivo estate 2025:
come cambiano le opinioni
delle imprese per area geografica***



A Nord Est le migliori performance dell'estate 2025

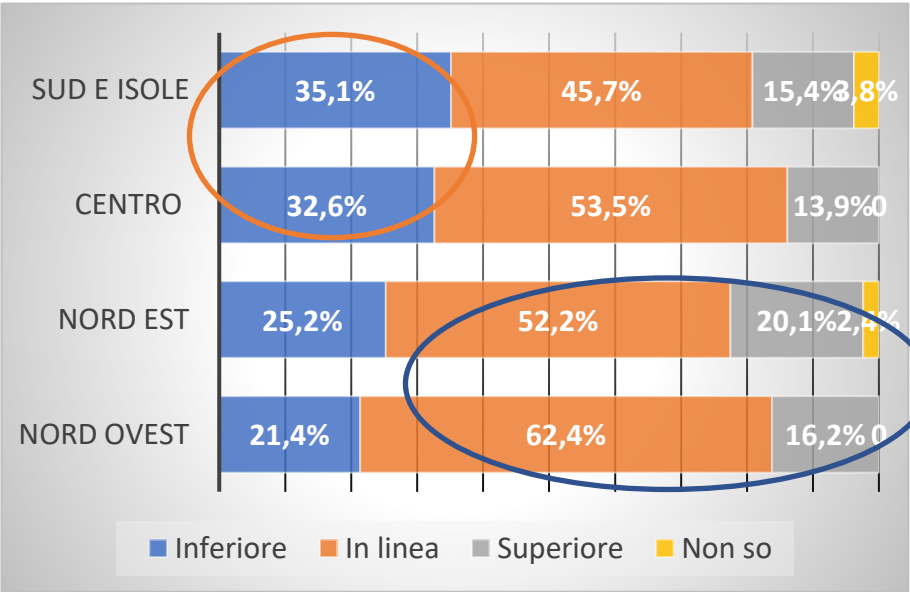
		Area geografica (var.% estate 2025 su estate 2024)				
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media
Stranieri	Arrivi	-0,2%	+1,2%	-3,2%	-0,6%	-0,6%
	Presenze	-0,1%	+0,3%	-3,2%	-0,9%	-0,8%
Italiani	Arrivi	-0,3%	-0,1%	-3,2%	-2,4%	-1,6%
	Presenze	-1,7%	+0,3%	-3,1%	-2,3%	-1,9%
Fatturato		+1,5%	+2,2%	-3,2%	-2,0%	-0,5%
Tariffe		+1,9%	+2,7%	+1,3%	+0,8%	+1,2%

- ➔ **Divario nell'andamento della clientela estera e italiana tra Centro-Sud e Nord Italia**
- ➔ **Stranieri:** per le imprese ubicate al Centro (23% del totale) flessione intorno al -3%, mentre al Sud-Isole (29% imprese nazionali) intorno al -1%. Stagnanti i flussi nel Nord Ovest (26% imprese), mentre in leggero aumento a Nord Est (22% imprese), anche se cala la durata media del soggiorno
- ➔ **Italiani:** diminuzione domanda intorno al -3% per i campeggi/villaggi del Centro Italia, mentre intorno al -2% per quelli del Sud-Isole. Il Nord Est è l'area dove la clientela domestica tiene meglio, mentre al Nord Ovest c'è una riduzione della permanenza media
- ➔ **Il fatturato segue evoluzione del mercato ed è integrato/compensato da aumento tariffe.** A Nord Est +2,2%, grazie a tenuta clientela straniera, stabilità di quella italiana e crescita media del +2,7% dei prezzi applicati. Bene anche a Nord Ovest, mentre al Centro-Sud diminuzione in linea con quella della domanda (-3,2% e -2%), a fronte di aumento delle tariffe più contenuto rispetto ad altre aree

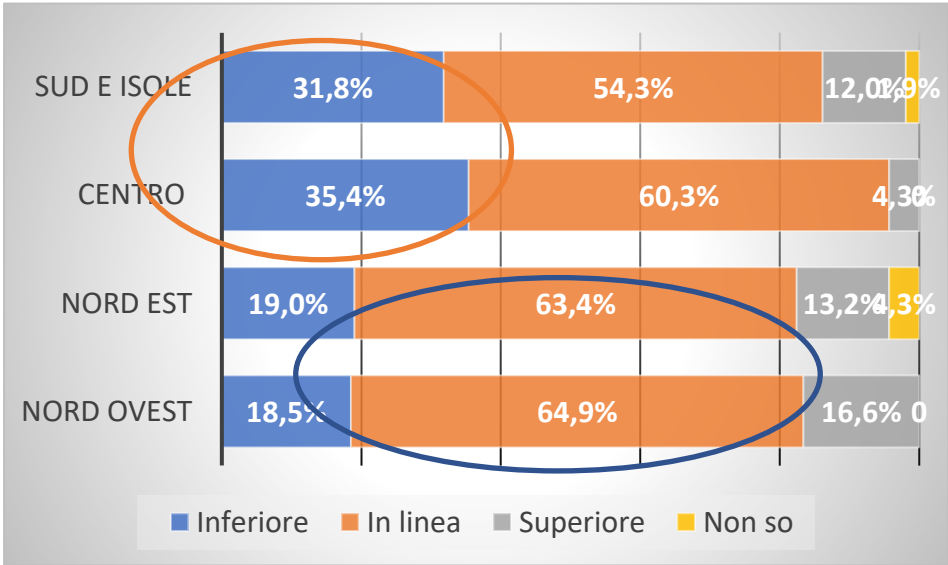
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Centro e Sud&Isole i più delusi da andamento estate 2025: confronto tra dichiarazioni di settembre e aspettative espresse a maggio (1)

Turisti stranieri

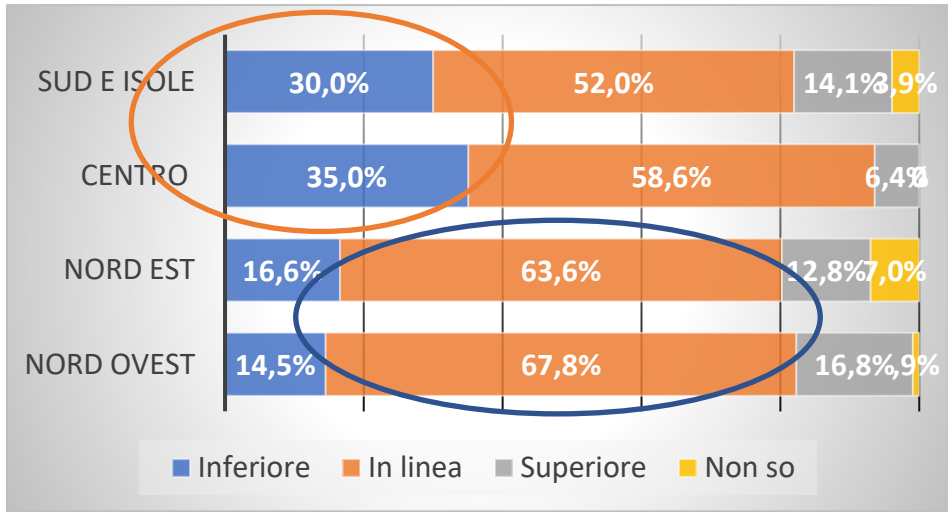


Turisti italiani



Proiezioni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole	Media
Maggio 2025					
Arrivi totali	+1,2%	+0,1%	+1,4%	+2,7%	+1,3%
Presenze totali	+0,9%	+0,0%	+1,7%	+3,1%	+1,4%
Fatturato totale	+1,8%	+1,6%	+0,6%	+0,7%	+1,2%

Fatturato



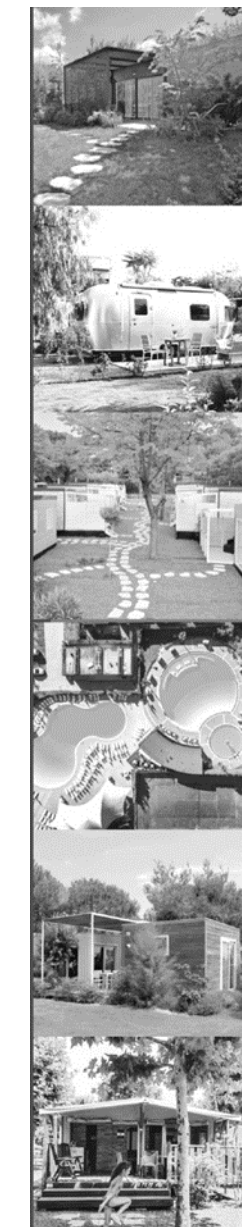
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Le imprese del Nord Est hanno colto meglio l'andamento della stagione

- ➔ La comparazione tra le dichiarazioni rese dalle imprese a metà settembre e le aspettative espresse a metà maggio consente di valutare la capacità delle stesse di cogliere gli andamenti del mercato
- ➔ Come si può vedere confrontando le tabelle e i grafici della slide precedente con la slide 41, **i campeggi e i villaggi del Centro e del Sud Italia erano quelli più ottimisti a metà maggio, mentre a fine stagione sono i meno soddisfatti, considerando il consuntivo decisamente negativo.** In particolare, la clientela sia straniera che italiana a fine stagione registra una variazione di segno inverso, ma di uguale ampiezza, rispetto alle attese di inizio periodo. Idem per il fatturato
- ➔ Viceversa, **le strutture open air del Nord Est sono quelle che sembrano aver colto meglio l'evoluzione della domanda.** Le variazioni della domanda espresse a settembre sono in linea con le aspettative di maggio e, infatti, la maggioranza degli intervistati si esprime per una sostanziale stabilità. Il fatturato, invece, sembra cresciuto più delle attese iniziali, complice la crescita delle tariffe
- ➔ **Leggermente sottotono, infine, i risultati per le imprese del Nord Ovest,** soprattutto in termini di flussi

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

3.2. Consuntivo estate 2025: come cambiano le opinioni delle imprese per destinazione



In montagna le migliori performance dell'estate 2025

		Tipo di destinazione (Var. % su estate 2024)			
		Mare	Lago	Montagna	Altro (*)
Stranieri	Arrivi	-0,6%	-0,7%	+1,9%	-5,6%
	Presenze	-1,2%	+0,3%	+0,3%	-3,0%
Italiani	Arrivi	-2,4%	-1,0%	+1,3%	-2,9%
	Presenze	-2,8%	-1,3%	+1,6%	-2,3%
Fatturato		-1,5%	+1,5%	+1,7%	-3,0%
Tariffe		+1,0%	+1,9%	+1,6%	+0,1%

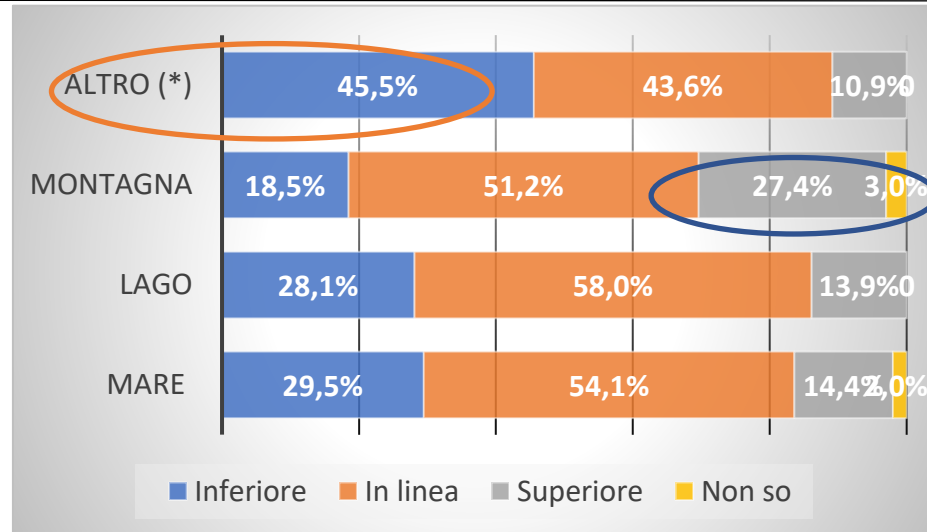
(*) Nota: rurale/campagna, culturale&città, termale/wellness

- ➔ **Risultati legati ad andamento aree geografiche e a peso di ciascuna destinazione nell'area.** Es. imprese balneari prevalenti nel Sud&Isole, dove turismo straniero cala meno del -1% e italiano intorno al -2%. Al Centro, mare, ma anche turismo culturale e rurale. Imprese lacuali e montane soprattutto a Nord Ovest e Nord Est, con andamenti diversificati su entrambi i mercati
- ➔ **Montagna, come nel biennio 2023-24, è quella che registra le performance migliori,** grazie ad aumento sia della clientela straniera che di quella italiani. Condizioni climatiche continuano a giocare un ruolo importante
- ➔ **Fatturato segue evoluzione del mercato ed è integrato/compensato da aumento tariffe:** +1,7% in montagna, a fronte aumento medio tariffe del +1,6%. Al lago +1,5%, nonostante stagnazione/calò flussi, grazie ad aumento tariffe superiore alla media. Al mare e nelle altre località, ricavi in calo meno o più accentuato, data flessione della domanda e nonostante aumento prezzi

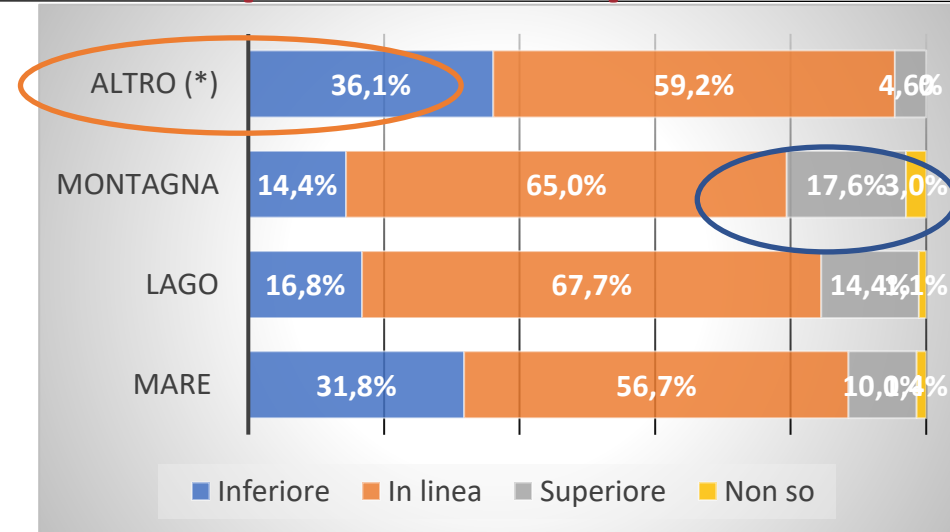
Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

Montagna più soddisfatta e altre località più deluse da andamento estate 2025: confronto dichiarazioni settembre e aspettative espresse a maggio

Turisti stranieri



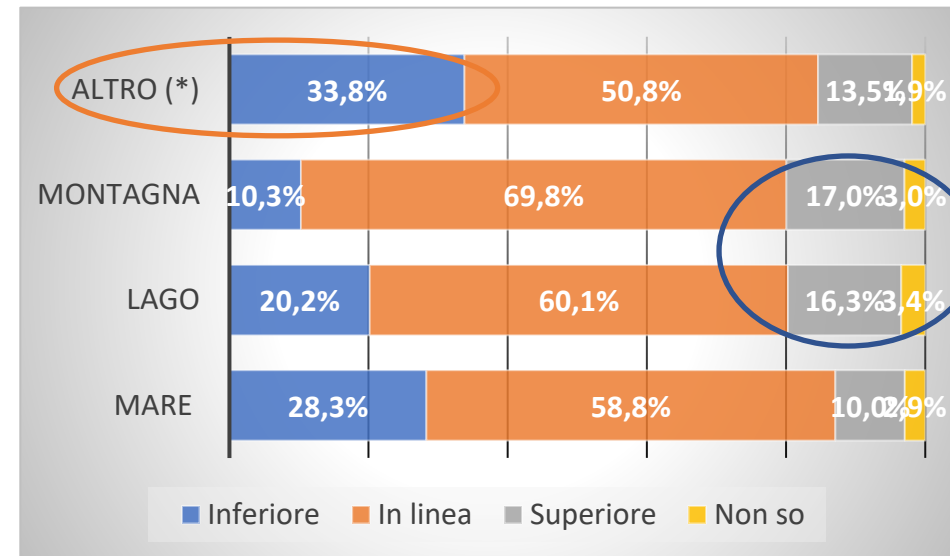
Turisti italiani



Proiezioni

Giugno 2025	Mare	Lago	Montagna	Altro	Media
Arrivi totali	+1,8%	+0,5%	+0,7%	+0,1%	+1,3%
Presenze totali	+1,9%	-0,7%	+1,3%	+0,4%	+1,4%
Fatturato totale	+0,9%	+1,4%	+1,5%	+0,3%	+1,2%

Fatturato



Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

La montagna ha colto meglio l'andamento della stagione

- ➔ Anche per destinazione, la comparazione tra le dichiarazioni rese dalle imprese a metà settembre e le aspettative espresse a metà maggio consente di valutare la capacità delle stesse di cogliere gli andamenti del mercato
- ➔ Come si può vedere confrontando le tabelle e i grafici della slide precedente con la slide 44, i campeggi e i villaggi localizzati in montagna erano abbastanza ottimisti a metà maggio e a fine stagione dichiarano risultati anche migliori delle attese, soprattutto dal lato dei flussi
- ➔ Nel caso delle imprese ubicate lungo le coste, la comparazione deve tenere conto che qui vengono messe a confronto strutture localizzate al Centro e Sud Italia (numericamente più numerose) con quelle del Nord Est (che concentrano la maggiore capacità di accoglienza). Se le seconde hanno interpretato correttamente l'andamento della stagione, le prime sono quelle meno soddisfatte dai risultati, rispetto alle aspettative iniziali
- ➔ Leggermente sottotono i flussi di domanda per le imprese lacuali, mentre migliore il risultato in termini di fatturato
- ➔ Il gap maggiore tra aspettative e risultati si riscontra tra le imprese ubicate in prossimità delle città d'arte e in campagna-collina, e questo nonostante la maggioranza dichiari un sostanziale allineamento degli stessi

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping



5. Conclusioni



In sintesi: le aspettative a metà maggio 2025.....

- ➔ A metà maggio 2025, le prenotazioni dall'estero appaiono ancora leggermente sottotono per le strutture open air italiane rispetto a maggio 2024 (-0,7%), mentre in aumento del +0,5% quelle italiane. Tra le possibili motivazioni, condizioni meteorologiche incerte a maggio, aumento delle tariffe e indicatori economici volatili
- ➔ Tasso di occupazione già a buoni livelli nei due mesi centrali della stagione (55% a luglio e 66% ad agosto), mentre **sempre più interessanti le code di stagione** (settembre già al 31%, ottobre al 12%), in particolare al lago (43% e 20%)
- ➔ Stagionalità sostanzialmente «strutturale» anche se, rispetto all'estate 2024, si nota, per entrambi i segmenti, una **leggera maggiore preferenza per giugno-luglio e per i mesi di fine estate, rispetto ad agosto**
- ➔ Italia, a differenza del 2024, **guida l'andamento delle prenotazioni a livello nazionale, tallonata dalla Germania e seguita da Olanda, Svizzera e Francia**
- ➔ Come sempre, **caute le proiezioni circa la chiusura dell'estate 2025**, con un aumento intorno al +1% sia per i flussi che per il fatturato, a fronte di un aumento medio delle tariffe del +2,4%
- ➔ A metà maggio 2025, **il lago è la destinazione open air con le performance migliori sia in termini di prenotazioni che di tasso di occupazione delle strutture**, mentre sono **le imprese ubicate lungo le coste e in montagna** quelle in proporzione più ottimiste circa l'andamento complessivo della stagione 2025, attualmente in avvio
- ➔ Dal punto di vista territoriale, invece, sono le **strutture del Nord Est a evidenziare il trend più positivo sia come prenotazioni che come tasso di occupazione**, mentre i campeggi e i villaggi del **Centro e Sud Italia** quelli che indicano proiezioni di chiusura stagione 2025 decisamente migliori rispetto all'estate 2024

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping

...e il consuntivo a settembre 2025

- ➔ **Un'estate 2025 per l'open air caratterizzata da una leggera flessione della clientela straniera rispetto al 2024**, a causa delle condizioni meteo avverse di fine luglio, del cambio di data delle festività (Pentecoste a giugno) e della situazione economica
- ➔ **Calo per la domanda italiana, in linea con quanto registrato nelle ultime due estati**: meteo e incertezza incidono sulle scelte, ma soprattutto l'aumento dei prezzi, che riducono la capacità di spesa dei connazionali
- ➔ **Rallentamento per le performance economiche, trainate generalmente dalla domanda estera, nonostante aumento tariffe**: fatturato leggermente al di sotto del 2024, ma era già tornato sui livelli pre COVID nel 2021
- ➔ **Il Nord Est si conferma, complessivamente, l'area top del turismo open air**, sia in termini di flussi totali che di performance economiche, mentre Centro e Sud Italia soffrono maggiormente per la contrazione della clientela italiana
- ➔ **In montagna le performance migliori per campeggi e villaggi, sia in termini di domanda che di fatturato**. Pressoché stabili mare e lago sul fronte della clientela estera, soprattutto a Nord Est, mentre cala la clientela italiana. Chi soffre di più risultano le imprese localizzate in aree rurali e vicino ad attrattori culturali

Fonte: indagine Ciset-Questlab per FAITA Federcamping