

WIGWAM

NEWS



DIVENTA RESILIENTE!



PARTECIPA CON NOI E SOSTIENI LA RETE DELLE
COMUNITÀ LOCALI WIGWAM

Quote Associative 2025

- Socio Ordinario € 25,00
- Socio Sostenitore € 100,00
- Socio Sostenitore Ente € 300,00



c/c Postale n. 69120327 intestato a Wigwam APS Italia o con bonifico
a IBAN IT86X076011210000069120327 BIC/SWIFT BPPIITRRXXX

Scegli Wigwam per il tuo **5 per mille**

92061130289



Efrem Tassinato
Presidente di
Wigwam Clubs Italia APS

TURISMO OPEN AIR E PRODOTTI TIPICI LOCALI, FORMULA VINCENTE

L'intervista ad Alberto Granzotto, Presidente nazionale di FAITA Federcamping e la sperimentazione di successo, di integrazione enogastronomia con Wigwam

Con Alberto Granzotto, dal 2021 presidente nazionale di FAITA Federcamping e già presidente di FAITA Nord Est, ci siamo conosciuti nel 2004 quando nel suo Villaggio Turistico Internazionale di Bibione sperimentammo il connubio tra turismo open air e i prodotti tipici del territorio.

Di quel territorio! Perché sono la particolarità dei contesti a determinarne l'appeal e soprattutto a farlo durare nel tempo, in specie se con esperienze pressoché totalizzanti, come sono quelle dove la componente del buon mangiare e bere tipico locale è verace, ben fatta e raccontata. Una formula quasi magica che fa sì che attraverso il cibo si crei

empatia. Tra i primi, lo store del Villaggio Turistico Internazionale si dotò di un corner coi prodotti delle fattorie e dell'artigianato alimentare del proprio entroterra, del territorio di San Michele al Tagliamento, di cui Bibione costituisce la sua più rinomata località balneare ma con qualche inserimento più generalmente veneto.

Inoltre, si sperimentò un programma di degustazioni guidate per far conoscere prodotti e modalità di preparazione di semplici piatti che gli ospiti del Villaggio gradirono assai.

Da quegli anni si è visto come la componente enogastronomica tipica territoriale, abbia registrato trend di

Il turismo dovrà avere sempre più la contezza di muoversi dentro un vero e proprio patrimonio, una risorsa naturale che merita profondo rispetto perché è proprio quella ricchezza che rende possibili le nostre attività



La Comunità Locale
Wigwam Altinate
Laguna Nord Venezia



**TURISMO
OPEN AIR
E PRODOTTI TIPICI LOCALI**



Alberto Granzotto con Efrem Tassinato al Villaggio Turistico Internazionale di Bibione

successo in continua crescita. Tant'è che anche il tessuto delle piccole e medie aziende agricole con vendita diretta dei prodotti, il kilometro zero, le filiere corte, i microbirrifici e in generale i produttori di tipicità locali si sono moltiplicati, interagendo e integrandosi sempre di più, in specie con l'offerta di turismo extra alberghiero e open air. Ed ancora oltre, iniziando a diventare di per sé una motivazione di scelta turistica del territorio.

FAITA-Federamping, è la Federazione aderente a Confcommercio che rappresenta le imprese che gestiscono campeggi e villaggi turistici. Alberto Granzotto che ne è il presidente è navigato esperto

di promozione turistica, è imprenditore del settore open air di terza generazione e l'open air in Italia rappresenta la seconda modalità turistica dopo gli alberghi contando 2.650 imprese con oltre 150mila addetti e circa 1,4 milioni di posti offerti.

Per molti buoni motivi, insomma, la persona giusta cui chiedere un contributo di idee sul rapporto tra turismo in generale e open air in particolare e lo sviluppo sostenibile delle comunità locali. Tema tanto caro a noi dei Wigwam e al sempre più ampio pubblico sensibile ai temi ambientali e che richiede esperienze di vacanza e turismo in cui non manchino componenti culturali ed enogastronomiche autoctone e perciò di vivere esperienze vere e non tarocche. Certamente una sfida ardua quella di conciliare la domanda di milioni di turisti ancora assiepati in un ristretto periodo dell'anno. Ma, per la varietà e ricchezza del patrimonio italiano e per l'inventiva e le capacità organizzative dei nostri imprenditori, non impossibile da cogliere e vincere.

Efrem: Cosa ne pensi del rapporto tra turismo e necessità di tutela dell'ambiente?

Alberto: L'ambiente è la nostra priorità; preservarlo è diventato ormai indispensabile: è un'assicurazione sul futuro. Questione di sopravvivenza, ma anche di scelta. Ed è innegabile che il rispetto dell'habitat generi anche opportunità di crescita e sviluppo per il turismo, in un rapporto vitale e imprescindibile che non può



che agire secondo un principio di reciprocità. Il turismo dovrà avere sempre più la contezza di muoversi dentro un vero e proprio patrimonio, una risorsa naturale che merita profondo rispetto perché è proprio quella ricchezza che rende possibili le nostre attività.

L'ambiente ha anche una forte componente evocativa e identitaria: non possiamo permetterci di ignorarne la rilevanza nel contesto del nostro lavoro.

Efrem: Perché il turismo open air è il più affine?

Alberto: Il turismo open air è per sua stessa definizione una forma di impresa e di vacanza "a contatto con la natura", vive e si sviluppa all'aria aperta, i paesaggi naturali sono la sua cifra. Quelli che un tempo venivano identificati come elementi di una vacanza "minore" oggi sono invece il valore aggiunto di soggiorni di alto livello qualitativo.

L'Open Air viene finalmente apprezzato per



quello che è: non più un "turismo spartano", grazie agli investimenti in termini di alloggi e servizi, confortevole e con standard molto elevati. Una nuova filosofia di vacanza improntata all'accessibilità, alla sostenibilità, alla qualità e all'innovazione.

Efrem: *In quali forme e semmai con che numeri, si sta evolvendo l'offerta di turismo open air?*

Alberto: Nel 2024 il nostro settore, che a livello nazionale genera un fatturato di 8 miliardi l'anno, indotto compreso, ha registrato oltre 70 milioni di presenze e in termini assoluti gli arrivi si sono assestati intorno agli 11 milioni e mezzo, con un incremento del 3,5%. La punta di diamante è il Nordest, ma in tutta Italia sono in atto un'espansione e un'evoluzione in termini qualitativi senza precedenti. Un successo che deriva da investimenti importanti, ma che è anche il frutto di accordi stipulati con diverse realtà che operano sul piano della sostenibilità

ambientale, della digitalizzazione e dell'inclusione. Un'ampia differenziazione sta caratterizzando le imprese in questi ultimi anni, che si sono specializzate in ambiti diversi.

Il fenomeno evolutivo forse più noto è quello del glamping, la formula glamour del campeggio, con offerte di alto livello e formule di alloggio spesso suggestive (casette sull'acqua, bolle trasparenti sotto le stelle e molto altro ancora) e sempre caratterizzate da un'alta offerta. Insomma, l'outdoor ci riserverà per il futuro un ventaglio sempre più ampio di possibilità.

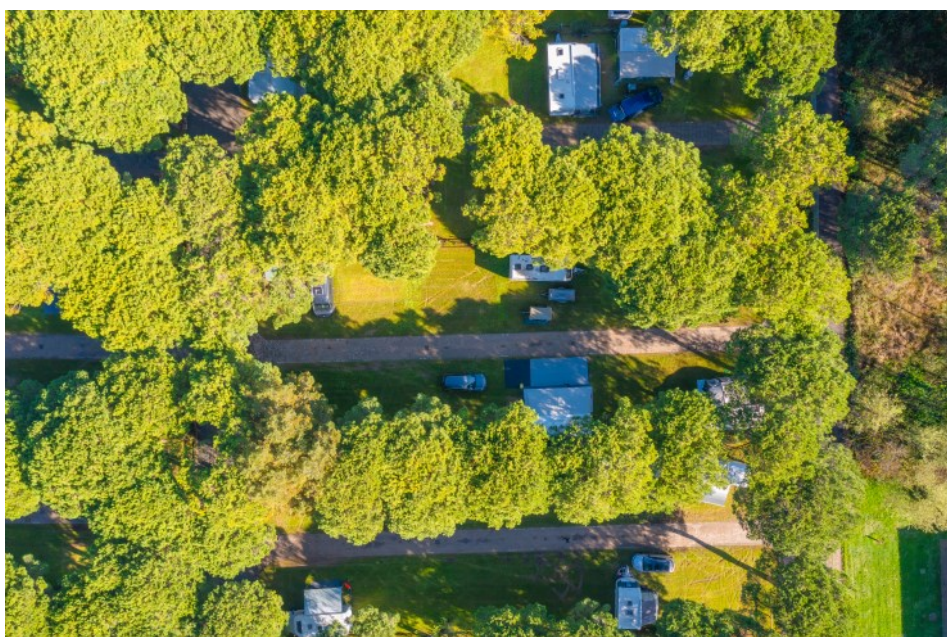
Efrem: *E' stata fatta una indagine recente sulle preferenze dei frequentatori delle strutture open air e se sì, con quali risultati?*

Alberto: Ogni anno Faita si avvale di enti e primari istituti universitari per sviluppare ricerche e studi. Un esempio su tutti è l'accordo che abbiamo stipulato con il Ciset, l'istituto di Ricerca dell'Università Ca' Foscari di Venezia. I risultati

delle ricerche che stiamo conducendo attraverso questi accordi dicono che la nostra è una clientela sempre più orientata a un viaggio esperienziale "su misura" e green.

Gli ospiti sono sempre più esigenti, attenti, informati. Prestano molta attenzione allo sport, al wellness e, in buona misura, alla sostenibilità e all'organizzazione del campeggio o del villaggio sotto questo aspetto. In un recente convegno a Roma è arrivata la conferma dell'appeal sempre più forte dell'elemento "acqua", dalle piscine ai parchi acquatici, che sono parte integrante dell'offerta del nostro comparto.

L'innalzamento del livello qualitativo, l'importanza della tecnologia e della sicurezza hanno spinto campeggi e villaggi turistici a destinare ingenti investimenti in questo settore, rendendo questi impianti indispensabili per attrarre e fidelizzare ospiti nazionali e internazionali. Ma è





forse dall'enogastronomia che viene, ancora una volta, la spinta più forte: oggi molti campeggi impiegano i prodotti tipici locali e hanno elevato la qualità della propria ristorazione facendone un punto di forza; altre strutture "dialogano" con il territorio e con le attività di ristorazione presenti all'esterno.

Efrem: *Come si stanno attrezzando le strutture di offerta open air rispetto a queste nuove prospettive?*

Alberto: In tema di sostenibilità ambientale, oltre agli accordi storici con Legambiente, l'anno scorso FAITA Federcamping ha intrapreso un percorso per accompagnare le imprese nella transizione verde e digitale attraverso l'implementazione di pratiche sostenibili e la misurazione delle performance ESG (Environmental, Social and Governance). Il nostro approccio mira a garantire che ogni struttura possa individuare, misurare e monitorare nel tempo le proprie metriche ESG, raccontando con trasparenza il proprio impegno verso la sostenibilità, l'accessibilità e l'inclusione sociale.

Il progetto, frutto di un

accordo con Banca Intesa e sviluppato in collaborazione con IMQ e Ambiente, ha preso il via nel 2023 e si è progressivamente esteso a un numero sempre maggiore di strutture. Attraverso questo strumento, le imprese possono valutare i propri punti di forza e le aree di miglioramento, che includono governance, efficienza energetica, circolarità, gestione delle risorse naturali, benessere dei dipendenti e degli ospiti, accessibilità e inclusione.

Le strutture che aderiscono al progetto beneficiano di un accesso facilitato al credito in base alle loro prestazioni ESG e

possono ottenere un marchio distintivo di eccellenza sostenibile. Sul piano sociale, 17 anni fa abbiamo inaugurato il sodalizio con Village 4 All. Lo abbiamo ritenuto indispensabile: l'inclusione è un aspetto sul quale le imprese Open Air stanno puntando. Proprio lo scorso febbraio, nel corso di un'iniziativa Faita a Riva del Garda il presidente e cofondatore di Village 4 All Roberto Vitali ha presentato un Manuale che guiderà le imprese verso soluzioni di alloggio e vacanza sempre più inclusive all'interno delle nostre strutture.

La sfida dell'ospitalità accessibile è più attuale che mai, rappresenta una straordinaria opportunità per migliorare non solo la qualità dell'offerta turistica, ma anche l'esperienza di viaggio di ogni singola persona.

Abbiamo una responsabilità etica che impone di adempiere a un diritto umano nei confronti di un gruppo che erroneamente consideriamo minoritario e che, dal punto di vista imprenditoriale, rappresenta un bacino di utenza molto interessante: 12,6 milioni di italiani hanno esigenze di accessibilità, oltre il 33% della





popolazione. Intercettarli potrebbe portare ad aumenti di fatturato anche del 20%. C'è poi tutta la partita della digitalizzazione: anche su questo fronte abbiamo dato vita ad accordi con imprese e gruppi di rilievo che operano in ambito informatico e offrono consulenza e formazione per la gestione delle strutture, della comunicazione, della promozione. Fino ad arrivare all'applicazione dell'intelligenza artificiale a ogni ambito del nostro settore.

Efrem: *Come si integra l'offerta di camping e villaggi turistici con quella del territorio in cui sono inseriti?*

Alberto: Camping e villaggi turistici hanno un forte legame con il territorio, un legame naturale, che viene continuamente alimentato dalle nostre imprese con proposte e sinergie fra le strutture e le altre attività circostanti, le istituzioni, le iniziative culturali, gli

spettacoli, le escursioni in bicicletta, a piedi, con le navette, l'enogastronomia. Secondo un'indagine che il Ciset ha recentemente realizzato per noi, incentrata sul turismo all'aria aperta in Trentino, risulta che il turista che sceglie questo genere di vacanza vive molto il territorio, ha il desiderio e il piacere di esplorarlo, e nel territorio effettua il 68% delle sue spese extra.

Solo in Trentino, dove si è concentrata appunto la nostra ultima analisi, la prima del 2025 sempre a cura di Valeria Minghetti del Ciset, per ogni euro destinato all'alloggio gli ospiti ne spendono 2,1 per acquistare beni e servizi sia all'interno del campeggio che all'esterno (ristoranti, attività sportive e ricreative, impianti di risalita, shopping). A generare le maggiori ricadute economiche è chi viaggia in camper o roulotte, una tipologia di turista che spende quasi 2,8 euro in beni extra per ogni euro destinato all'alloggio.

Efrem: *Esiste una mappa delle strutture di offerta di turismo e vacanza open air che propongono i prodotti tipici e la cucina del territorio? Al loro interno con proprie attività di spaccio/ristorazione e/o in sinergia/collaborazione/convenzione con attività di spaccio/ristorazione del territorio circostante.*

Alberto: Come associazione abbiamo sviluppato un database delle nostre strutture, uno dei prossimi passi sarà sviluppare ulteriormente la mappa per caratterizzare maggiormente l'uso dei



prodotti tipici per venire incontro alla domanda dei nostri clienti. Tutti i nostri campeggi hanno al loro interno attività sia di ristorazione che di vendita dei prodotti tipici, anche in considerazione del fatto che l'enogastronomia è una delle principali ragioni di scelta del turista, che sta dimostrando una grande sensibilità verso le eccellenze locali.

Efrem: *Quali interazioni tra strutture turistiche e le comunità locali?*

Alberto: Abbiamo un'esperienza di fortissima interazione con le comunità locali in termini di eventi, manifestazioni, iniziative culturali e spettacoli. Le nostre imprese da sempre interagiscono con le istituzioni e con gli enti organizzatori per fornire ai loro ospiti quante più opportunità possibili di svago e di conoscenza delle realtà locali.

Efrem: *Quale ruolo svolgono o ci si aspetterebbe che svolgano gli enti di programmazione e supporto territoriale? Comuni, IPA - Intese Programmatiche di*



Area, GAL, Altri Enti sovracomunali e regionali.

Alberto: In tutta Italia i campeggi lavorano in sinergia con i Comuni che li ospitano e con le Regioni. Ogni territorio è caratterizzato da un diverso rapporto con gli enti locali, un rapporto che spesso è improntato alla collaborazione, alla reciprocità. In altri casi risulta meno semplice far passare alcune idee che potrebbero portare un vantaggio oltre che all'ambiente all'economia locale, prestando sempre attenzione al territorio che ci ospita.

Efrem: Scuole e strutture open air e Giovani e turismo open air. In pratica, l'incidenza e la sensibilizzazione delle nuove generazioni, ovvero il mercato del domani. FAITA ha linee di azione attive o strategie in atto? Quali?

Alberto: Per noi la formazione è molto importante e ogni anno

organizziamo attività sempre più complete per far conoscere ai giovani le opportunità che il turismo all'aria aperta offre loro e avvicinarli al nostro mondo. Quello delle nuove generazioni è un tema fondamentale, sia dal punto di vista del coinvolgimento del pubblico giovane, sia sul piano professionale, soprattutto in un panorama in cui il mondo del lavoro sta evolvendo in modo rapido e significativo. C'è la necessità di reperire personale adeguatamente preparato da inserire nelle strutture del turismo all'aria aperta, un compito non sempre semplice.

Per questo motivo abbiamo intensificato i rapporti con gli ITS, le Università e i Master di specializzazione puntando, soprattutto negli ultimi anni, sulle competenze digitali e di marketing.

Non una nuova frontiera del turismo quella open air quindi.

*Bensì un qualcosa che ha rappresentato una lungimirante intuizione e che, nel tempo, si è andata via via consolidando, estendendo e diversificando. Dalle parole di **Alberto Granzotto**, capiamo inoltre che economie turistiche anche di importanza continentale come è quella del Nordest italiano, possono prosperare se con occhio attento alla sostenibilità ambientale e di alleanza, sinergia ed equa interdipendenza con le comunità locali dei residenti.*

In qualche modo, un modello di turismo anzi, di economia a tutto tondo, che si prende cura dei territori dove si realizza e che, dai ricavi derivati trae le risorse necessarie per la sua continua rigenerazione ■

© Riproduzione riservata

Lunedì
14 apr 2025
ore 18:30

al Circolo di Campagna
Wigwam Arzerello APS
Piove di Sacco (Pd)



BEPO MAFFIOLI TRA GENIO CREATIVO E SPIRITO ECLETTICO

18:30-20:30 (Corso per i giornalisti)

Il Corso, valevole per n. 2 crediti dell'Ordine dei Giornalisti è nel ricordo di Giuseppe "Bepo" Maffioli.

100 anni fa nasceva l'attore, insegnante e giornalista, anche il primo storico della cucina veneta. Morì a Treviso 40 anni fa e gli è stato intitolato l'Istituto Alberghiero di Castelfranco Veneto. La sua opera è un'eredità da riscoprire e valorizzare. Anche maestro elementare attento agli emarginati, attore ed autore televisivo. Un eclettico genio dimenticato. Una figura della cultura veneta da riscoprire.



Relatori

FABRIZIO STELLUTO	Giornalista, Presidente ARGAV
RENATO MALAMAN	Giornalista
CELESTE TONON	Ristoratore
ANGELO SQUIZZATO	Giornalista
ANNIBALE TOFFOLO	Editore

PARTECIPAZIONE CON ACCREDITAMENTO FINO AD ESAURIMENTO POSTI

argav@fastwebnet.it +39 399 6184508 (Mirka)