



ASSOCIAZIONE IMPRENDITORI
DEL
TURISMO ALL'ARIA APERTA

SEGRETERIA OPERATIVA:

Viale Randi, 106

48121 Ravenna

Tel. 0544/408700 - Fax. 0544/276133

e-mail: info@promocamp.com

<http://www.promocamp.com>



PROMOCAMP

Associazione per la promozione del turismo all'aria aperta

Promocamp è un'associazione no-profit e apolitica di imprenditori ed operatori, che opera a livello nazionale ed europeo, con sede nella Repubblica di San Marino, nata per promuovere il turismo all'aria aperta in tutte le sue forme, nonché per stimolare l'unitarietà di intenti tra le Associazioni.

Promocamp fin dalla sua nascita ha sempre tutelato gli interessi del settore con scelte rivolte allo sviluppo delle strutture per il turismo itinerante (camping, aree di sosta, camper service etc.) e alla valorizzazione dei prodotti (fiere internazionali, nazionali e locali).

Promocamp è un'associazione rappresentativa dell'intera filiera della produzione, della commercializzazione e delle attività di servizio del turismo all'aria aperta ed itinerante.

Possono associarsi a **Promocamp** tutti coloro che svolgono un'attività correlata al turismo all'aria aperta, siano essi produttori, distributori e rivenditori di autocaravan, caravan, case mobili, bungalow, tende, pick-up ed accessori, gestori di camping e villaggi turistici, aziende di servizi, etc.

Non esistono incompatibilità con l'iscrizione ad altre associazioni.

Promocamp è diretta da un ampio e rappresentativo Consiglio Direttivo (eletto ogni 3 anni) composto da imprenditori ed operatori provenienti dai vari settori.

Associarsi a Promocamp

- significa far parte di un'associazione che ha promosso, nel corso della sua attività ultradecennale, scelte strategiche per lo sviluppo dell'intero settore e che si pone all'avanguardia per le scelte immediate e future.
- partecipare alle iniziative fieristiche nazionali più importanti, ispirate e/o gestite in collaborazione con **Promocamp**, assicurando la presenza dell'associazione al servizio dei soci e risparmiando sulle tariffe (Parma, Carrara, Novegro (Mi); Vicenza; Napoli, ecc.).



- avere una serie di sconti sulle inserzioni pubblicitarie nei media, nelle strutture e nei servizi convenzionati (riviste di settore, alberghi, assicurazioni, allestitori, ecc.).
- servizio legale on-line
- usufruire del sito, www.promocamp.com, per:
- avere l'informazione aggiornata sul settore, sugli andamenti di mercato.
- un servizio e-mail: info@promocamp.com
- il catalogo on-line collegato, tramite link, al sito dei singoli associati

Il sito è rivolto, agli associati, e a tutti gli operatori e clienti dell'intera filiera produttiva, commerciale e informativa del turismo all'aria aperta. Accanto alle pagine istituzionali con la presentazione dell'associazione, lo statuto, gli organi dirigenti, le modalità dell'adesione, gli associati e relativo catalogo, ci sono pagine relative a:

- News
- Comunicati stampa e documenti dell'associazione
- Un panorama dell'informazione del settore e del turismo in generale
- I Programmi, i Protocolli d'Intesa, le Carte d'intenti, le Campagne di promozione del settore, sottoscritti da Promocamp con altre organizzazioni

Una parte delle informazioni (News del Presidente, Documenti, ecc.) è riservata ai soli associati, che vi accedono tramite password.



STATUTO **"Associazione Promocamp"**

Art. 1) E' costituita l'Associazione denominata PROMOCAMP, con sede in via Ventotto Luglio n.218, - Borgo Maggiore, Centro Poliedro, Repubblica di S. Marino. La stessa può aprire sedi secondarie o segreterie operative sia in San Marino che all'estero.

Art. 2) L'Associazione è apolitica, non ha scopo di lucro ed ha per oggetto la promozione dell'attività del campeggio individuale e collettivo, turistico e sportivo, e del tempo libero; ciò tramite promozione, organizzazione, partecipazione diretta dei propri associati a manifestazioni fieristiche, meeting e seminari, scambi di esperienze, incontri, escursioni, collaborazioni con le riviste di settore, con opera di P.R. e contatti con gli Organi di Governo, advertising e mailing, scambio di informazioni sui mercati europei. Il tutto con il coordinamento degli operatori economici del settore e dei consumatori. L'Associazione tende comunque a fornire tutti quei servizi che normalmente vengono erogati negli altri Paesi Europei da Associazioni similari. L'Associazione può inoltre avanzare proposte ad Enti Pubblici ed Organismi Politici di Governo locali e non, partecipando attivamente anche con gli Organismi Scolastici, le Organizzazioni Sindacali, Politiche e le Confederazioni Sportive. Può inoltre compiere qualunque altra iniziativa per il raggiungimento del suo fine.

Art. 3) La durata dell'Associazione è fino al 2040 prorogabile con delibera assembleare. Lo scioglimento potrà avvenire oltre che in forza delle disposizioni di Legge, su preventiva riunione del Consiglio Direttivo, solo per decisione dell'Assemblea dei Soci. In questo caso occorrerà la presenza dei 2/3 dei Soci ed il voto della maggioranza dei Soci presenti.

Art. 4) L'adesione all'Associazione è aperta a tutte le persone fisiche, aziende, società o comunque enti operanti nel settore del campeggio e del tempo libero senza alcuna discriminazione.

Art. 5) Per diventare Soci è necessario presentare domanda al Consiglio Direttivo. Tale domanda deve contenere:

* a) L'indicazione del nome, data e luogo di nascita, cittadinanza e residenza dell'aspirante Socio. In caso di aziende, ditte, enti o società dovranno essere indicati la denominazione, sede e tutti gli altri dati di identificazione; le domande dovranno essere sottoscritte dal titolare o rappresentante legale.

* b) La dichiarazione di avere preso conoscenza dello Statuto e di approvarlo, nonché attenersi alle sue disposizioni e a quelle impartite dagli Organi Associativi.



Le domande vengono prese in esame dal Consiglio Direttivo che deve decidere entro un mese dalla presentazione.

Ogni Socio verrà munito di tessera associativa, firmata dal Presidente, che potrà essergli richiesta in ogni momento a fini di controllo: la tessera conferisce il diritto di accesso nella sede dell'Associazione in caso di convocazione delle Assemblee, di partecipare ad ogni attività della medesima, di eleggere i membri degli Organi di Gestione e Amministrativi.

Il Socio è tenuto a pagare una quota di iscrizione, uguale per ognuno, da pagarsi una tantum, più una quota annuale da versarsi entro il 28/02 di ogni anno per tutto il tempo di appartenenza alla Associazione medesima.

E' prevista altresì l'ammissione di Soci Sostenitori, che potranno versare una quota di iscrizione inferiore a quella prevista per i Soci Effettivi, ma non avranno diritto di voto e non potranno fare parte del Consiglio Direttivo.

Art. 6) Lo status di Socio si perde, oltre ché per propria volontà, con dimissioni scritte, per il mancato pagamento della quota associativa entro il 28/02 di ogni anno, per lo svolgimento di attività contrarie ai principi della Associazione e qualora il Socio violi lo Statuto o non si attenga alle decisioni degli Organi Direttivi.

L'espulsione del Socio è deliberata a maggioranza dall'Assemblea; il Socio può chiedere al Consiglio Direttivo di rientrare nell' Associazione trascorsi due mesi dall'espulsione. Sarà l'Assemblea a deliberare sulla riammissione del Socio espulso, su parere del Consiglio Direttivo.

Art. 7) Sono Organi dell'Associazione:

- l'Assemblea;
- il Consiglio Direttivo;
- la Presidenza dell'Associazione;
- il Presidente (legale rappresentante);
- il Tesoriere
- il Segretario Generale/Coordinatore;
- il Collegio Sindacale.

La presidenza può essere costituita oltre che dal Presidente da due Co-Presidenti, con poteri analoghi al primo, tranne le legale rappresentanza, ma solo se attribuiti formalmente ad essi dall'Assemblea. Diversamente sono da considerarsi cariche onorifiche.



Art. 8) L'assemblea è formata da tutti coloro che sono iscritti nel Libro dei Soci da almeno cinque giorni. Viene convocata dal Consiglio Direttivo almeno una volta l'anno, oppure qualora ne faccia richiesta almeno 1/3 (un terzo) dei suoi componenti.

Sono compiti dell'Assemblea:

- * discutere sulla politica dell'Associazione;
- * deliberare le modifiche allo Statuto;
- * eleggere i componenti del Consiglio Direttivo;
- * approvare il rendiconto o bilancio annuale.

Delibera inoltre su qualsiasi altro argomento le venga sottoposto. Le deliberazioni vengono adottate a maggioranza dei presenti. Per la validità delle sedute è necessaria la presenza di almeno 1/3 dei Soci in prima convocazione, di un qualsiasi numero di Soci in seconda convocazione.

L'avviso di convocazione deve essere depositato in Tribunale almeno 20 giorni prima dalla data della riunione, non considerando né il giorno di deposito che di assemblea. L'assemblea può venire convocata anche senza la forma sopra prevista, ma solo se sono presenti tutti i Soci e tutti i membri degli Organi Associativi.

In caso di modifiche statutarie le sedute sono valide con la presenza della maggioranza (50% + 1) dei Soci, e le deliberazioni sono valide a maggioranza dei presenti. Ogni Socio ha diritto ad un solo voto e può rappresentare per delega solo due Soci. Le deleghe devono essere scritte. I Soci entranti potranno esercitare il diritto di voto trascorsi almeno cinque giorni dalla loro iscrizione nel Libro dei Soci. Le attività associative di amministrazione verranno disciplinate con regolamento interno approvato dall'Assemblea.

Art. 9) Il Consiglio Direttivo è composto da cinque a diciannove membri, si riunisce almeno una volta ogni novanta giorni, su convocazione del Presidente o su richiesta di almeno il 50% dei suoi componenti.

Per la validità delle sue riunioni è necessaria la presenza della metà più uno dei suoi componenti; le decisioni vengono prese a maggioranza dei presenti. In caso di parità prevale il voto del Presidente.

Il Consiglio Direttivo stabilisce i programmi e le attività della Associazione; è responsabile della loro conformità ai principi dello Statuto ed ai fini della Associazione. Inoltre assume tutte le iniziative necessarie per la gestione ordinaria e straordinaria dell'Associazione medesima.



Pertanto:

- * redige i programmi di attività sociale previsti nello Statuto sulla base approvata dall'Assemblea;
- * cura l'esecuzione delle delibere assembleari;
- * redige il bilancio;
- * compila i progetti per l'impiego di fondi dell'Associazione e del residuo di bilancio;
- * stipula tutti gli atti e contratti di ogni genere inerenti all'attività sociale;
- * formula il regolamento interno a carattere amministrativo da sottoporre all'Assemblea;
- * delibera sull'ammissione, espulsione, radiazione dei Soci;
- * nomina un Tesoriere;
- * nomina un Segretario Generale;
- * propone all'Assemblea il Presidente. Il Presidente cura l'attuazione delle delibere;
- * - nomina i membri dei Comitati Tecnici di Lavoro, costituiti da due o più persone, le quali possono essere sia membri del Consiglio Direttivo che semplici Soci; questi ultimi potranno, nell'esercizio della loro funzione, partecipare alle riunioni del Consiglio Direttivo senza diritto di voto. I Comitati Tecnici di Lavoro hanno il compito di proporre iniziative e nuovi progetti specifici per il loro settore (es: settore Fiere, settore Pubbliche Relazioni, Settore Accessori, Settore Veicoli ecc.) al Consiglio Direttivo, nonché di ricercare soluzioni ai problemi dei settori di loro competenza.

Non possono fare parte del Consiglio Direttivo membri del Consiglio Grande e Generale e i membri delle Segreterie di Partito.

Art. 10) Al Presidente spetta la rappresentanza legale dell'Associazione e presiede le sedute dell'Assemblea. In caso di sua assenza o impedimento viene sostituito dal Segretario Generale. La Presidenza, può prendere autonomamente, in via d'urgenza, decisioni di Ordinaria Amministrazione, da sottoporsi alla ratifica del Consiglio Direttivo. Il Presidente potrà operare su specifici argomenti con delega del Consiglio Direttivo.

Art. 11) Il Tesoriere ha il compito di amministrare i fondi dell'Associazione, in conformità agli indirizzi degli Organi dello statuto. Redige il bilancio consuntivo o rendiconto patrimoniale dell'esercizio terminato il 31 Dicembre di ogni anno. Esso deve essere approvato dall'Assemblea entro cinque mesi dalla chiusura dell'esercizio sociale. Il Segretario Generale/coordinatore ha il compito di mantenere i contatti con gli Associati o aspiranti tali, partecipare alle fiere, meeting e riunioni del settore, tenere rapporti con le varie Associazioni del settore e quant'altro utile e favorevole allo sviluppo dell'Associazione. Dovrà pertanto collaborare direttamente con il Presidente ed il Consiglio Direttivo.



Art. 12) I Sindaci controllano la contabilità e provvedono alla revisione del bilancio consuntivo redatto dal Tesoriere eletto dall'Assemblea. La carica di Sindaco è incompatibile con qualsiasi carica dell'Associazione.

Art. 13) I componenti del Consiglio Direttivo, la carica di Presidente, di Segretario Generale, di Sindaco, di Tesoriere dureranno in carica tre anni e sono rieleggibili.

Art. 14) Il patrimonio dell'Associazione è costituito:

- * a) da erogazioni e lasciti diversi, dai contributi;
- * b) da mobili ed immobili di proprietà dell'Associazione;
- * c) dalle quote delle tessere;
- * d) dalle quote derivanti da iniziative specifiche e servizi di autofinanziamento.

Art. 15) In caso di scioglimento, l'Assemblea delibera con la maggioranza sulla destinazione del patrimonio dedotte le passività, per gli scopi previsti dallo Statuto.

Art. 16) Verrà deliberato un regolamento interno al fine di organizzare le attività dell'Associazione e quant'altro si ritenga necessario.

Art. 17) In caso di controversie tra gli Associati e tra gli stessi e l'Associazione, verrà nominato un Collegio Arbitrale composto di tre membri, di cui uno nominato da ogni parte, uno da entrambe. Il Collegio deciderà inappellabilmente ed in maniera irrituale.

Art. 18) L'Associazione agirà in conformità alle Leggi e consuetudini vigenti in Repubblica.



ASSOCIATI "PROMOCAMP"

Suddivisi per settore merceologico

1) ALLESTIMENTI SPECIALI VR:

- » AZ System srl - Dosson di Casier (TV)
- » Galluccio F.lli snc - Fabbrico (RE)
- » Helix Camper di Mario Zaro & C. - Scalenghe (TO)
- » Mondo Pick-Up di Zacco Salvatore - Cormano (MI)
- » New Florence Camper srl - Comeana (PO)
- » Top Group srl - Busa di Vigonza (PD)

2) AZIENDE DI SERVIZI

- » Adria Marketing & Service s.r.l. - Ravenna (RA)
- » Area Europa srl - Bologna (BO)
- » D'Orazio Claudio Domenico - Assicurazioni - Ancona (AN)
- » Elevel di Zannoni Alberto - Ravenna (RA)
- » Minzoni-Innova srl - Galazzano (SM)
- » Studio Tecnico Dott. Massimo Badino - Castelnuovo Belbo (AT)
- » Toninelli Assicurazioni srl - Filiale Milano - Paderno Dugnano (MI)
- » Toninelli Assicurazioni srl - Filiale Roma - Roma - Spinaceto (RM)
- » Toninelli Assicurazioni srl - Sede - Grosseto (GR)

3) CAMPEGGI, VILLAGGI TURISTICI, AZIENDE AGRITURISTICHE

CON AREE DI SOSTA

- » Centro Vacanze San Marino - Cailungo (SM)

4) DISTRIBUTORI V.R., ARTICOLI DA CAMPEGGIO, ACCESSORI,

ACCESSORI V.R. E RICAMBI

- » American Dream Industries S.r.l. - Rivoli (TO)
- » Automarket Bonometti - Altavilla Vicentina (VI)
- » Brunner srl - Bolzano (BZ)
- » Camping Sport Magenta S.r.l. - Milano (MI)
- » Eberspaecher Srl - Borgosatollo (BS)
- » Ecosan srl - Peschiera Borromeo (MI)
- » Elettrogas Aravon di Bettetini Nicola Rito - Caltignaga (NO)
- » Eole.Comm - Narbonne - FRANCIA ()
- » F.C.E. S.a.s di Falconeri Cesare & C. - Concorezzo (MI)
- » GES International srl - Sesto San Giovanni (MI)
- » Gest Camp Market S.r.l. - Gallarate (VA)
- » Larcos di Costa Andrea - Forlì (FC)
- » Mirko & Alex Magnani srl - Sede Legale - Prato (PO)
- » Mirko & Alex Magnani srl - Stabilimento - Calenzano (FI)
- » Moscatelli S.r.l. - Milano (MI)
- » Resin Design di Galli Enrico - Capezzano Pianore (LU)
- » Reti S.r.l. - CS Evolution - Marano Vicentino (VI)
- » Rotorampa S.r.l. - Borgaro Torinese (TO)
- » SAT-STORE S.r.l. Unipersonale – Perugia (PG)
- » S.I.F.I. S.p.a. - Sasso Marconi (BO)
- » Vecam srl - Bresseo di Teolo (PD)
- » Vigia Viesa Italy snc - Montemurlo (PO)

5) EDITORIA

- » Camper Online.it - Ivrea (TO)
- » Edizioni Vivicamper - Genova (GE)

6) PRODUTTORI APPARECCHIATURE ELETTRONICHE, ACCESSORI. TECNICI E INSTALLAZIONI PER V.R.

- » All Market s.r.l. - Borgomanero (NO)
- » Ares Engineering S.rl. - Carrè (VI)
- » Bartolacci Design di A. Bartolacci - Pontassieve (FI)
- » Dometic Italy Spa - Forlì (FC)
- » Ecolkem srl - Povolaro di Dueville (VI)
- » Electronic Enterprise di Giuffrida Francesco Saverio - Roma (RM)
- » Eurogamma S.r.l. - Calenzano (FI)
- » FAM Batterie S.r.l. - Meldola (FC)
- » Gemini Technologies S.p.a. - Bodio Lomnago (VA)
- » Glomex - Ravenna (RA)
- » Moveco S.r.l. - Grignasco (MO)
- » Nuova Mapa S.r.l - Altedo di Malalbergo (BO) togliere da qui
- » NDS Group S.r.l. - Marina di Città Sant' Angelo (PE)
- » O.M.A. Officina Meccanica Ammortizzatori di Castellani O. - Comeana (PO)
- » Reti S.r.l. - CS Evolution - Marano Vicentino (VI)
- » Rotorampa S.r.l. - Borgaro Torinese (TO)
- » Teleco S.p.a. - Lugo (RA)
- » TESA S.n.c. di Altieri Anna Maria & C. - Pescara (PE)
- » Thetford B.V. - AD Etten-Leur (NL)
- » TR.EM. S.r.l. - Osteria Grande (BO)
- » Webasto Product Italy S.p.a. - Colturano (MI)

7) PRODUTTORI CASE MOBILI E PREFABBRICATE

» Catona F.lli Srl - Burolo (TO)

8) PRODUTTORI TENDE, VERANDE, ACCESSORI, CAMPEGGIO. GIARDINO.

» Bertoni Campeggio Sport Srl - Cinisello (MI)

» Boschetti L. & C. snc - Grumello Cremonese (CR)

» Camper Service by Innova - Roma (RM)

» Camper WC Wash by Sela Cars Srl - Forlì (FC)

» CO.AR.CA srl - Barzanò (LC)

» CON.VER di Concorreggi Renato - Codogno (LO)

» General Vacuum s.r.l. - ROMA (RM)

» Mikitex Snc di Ardemagni Daniele Axel & C. - Codogno (LO)

» Nova Outdoor Srl - Pontassieve (FI)

» Real Camp di Savaris Fabrizio - Lentate sul Seveso (MI)

» Zifer Italia srl - Rivarolo Mantovano (MN)

9) PRODUTTORI V.R.

- » Ace Caravans S.A. - ASPE - (Alicante) -ESPANA (/)
- » Aiesistem S.r.l. - Nogarole Rocca (VR)
- » AZ System srl - Dosson di Casier (TV)
- » Camper Monoscocca s.r.l. - Aprilia (LT)
- » I.V.R. S.r.l. - Terracina (LT)
- » Knaus Group GmbH - Jandelsbrunn (D)
- » La Strada Fahrzeugbau GmbH & Co. KG - Echzell/ Germany (DE)
- » New Florence Camper srl - Comeana (PO)
- » P.L.A. S.p.a. - Colle di Val D'Elsa (SI)
- » T@B - Jandelsbrunn (D)
- » Tabbert - Jandelsbrunn (D)
- » Turri & Boari s.n.c. di Turri Leopoldo & C. - Arbizzano di Negrar (VR)
- » VAS srl - Calenzano (FI)
- » Weinsberg - Jandelsbrunn (D)
- » Wilk - Jandelsbrunn (D)

10) RIVENDITORI E CENTRI ASSISTENZA

- » Giocaravan sas - Senigallia (AN)
- » RO.AD. Camping Car srl - Limena (PD)



ASSOCIAZIONE IMPRENDITORI DEL TURISMO ALL'ARIA APERTA

PROGRAMMA TRIENNALE 2008 - 2011

1) PROGETTO GENERALE DI ACCOGLIENZA DEL TURISMO ITINERANTE

Dalla fase elaborativa e propositiva del periodo precedente si procederà a quella realizzativa a livello territoriale, con tutte le istituzioni interessate (Conferenza degli Assessori Regionali al turismo, amministratori a tutti i livelli) con i sottoprogetti:

a) Progetto di massima e proposte operative per realizzare gradualmente a livello territoriale il Progetto generale con il contributo dei nostri associati, con le Associazioni del settore ed esterne, i Camper club disponibili.

b) Camper service nelle aree di distribuzione carburanti. Si continuerà con l'ANAS, con il Ministero Infrastrutture, con Regioni, Province e Comuni a seguire la realizzazione dei servizi.

c) Campeggi. Cercheremo di affrontare, all'interno del discorso generale (Progetto accoglienza), in particolare con gli amministratori locali, oltreché con Faita (a tutti i livelli) l'attuale situazione campeggi in Italia, nodo importantissimo per lo sviluppo del turismo all'aria aperta. E' molto difficile raggiungere risultati in questo settore, ma ne vale la pena interessarsene perché l'organizzazione campeggistica è strategica er realizzare compiutamente il Progetto generale. (I contenuti del Progetto generale e quello dei Progetti territoriali esecutivi di massima sono consultabili e scaricabili dal sito).

2) PROGETTO GIOVANI E SCUOLA

Per favorire la conoscenza e la pratica del turismo all'aria aperta e per contribuire a diffondere la cultura del fare turismo itinerante, come attività di grande contenuto formativo, la Scuola è uno snodo imprescindibile.

A questa sarà rivolta la nostra attenzione cercando di coinvolgerla come istituzione, perché entri nei suoi programmi didattici il turismo all'aria aperta, e promuovendo il rapporto diretto con gli studenti e, possibilmente delle organizzazioni giovanili, nelle iniziative pubbliche (es. Fiere) del settore.

Anche qui non ci nascondiamo le difficoltà, ma pensiamo che ne valga veramente la pena tentare. (Il contenuto del Progetto Scuola è consultabile e scaricabile dal sito).

3) MERCATO E SERVIZI AGLI ASSOCIATI

A) **FIERE** come occasioni di allargamento del mercato, di promozione del settore e di contatti con un pubblico interessato al turismo all'aria aperta ed un largo pubblico orientato alle attività del tempo libero.

Promocamp è stata (e si conferma) come l'Associazione che ha espresso (ed esprime) una politica fieristica nazionale attiva, avendo come riferimenti la distribuzione territoriale delle iniziative, le tipologie di pubblico e l'affidabilità/disponibilità degli enti fieristici.

Attraverso il suo intervento diretto, la sua collaborazione od il proprio patrocinio ha contribuito ad un panorama di Fiere sul territorio nazionale del tutto soddisfacente. In particolare:

MONDO NATURA di Rimini, che rappresenta per Promocamp (che l'ha ideata) e per l'intero mondo produttivo del settore la Fiera internazionale e nazionale di riferimento, da potenziare ulteriormente per quanto riguarda il turismo all'aria aperta, della mobilità e turismo giovanile (es. città delle tende e scuola).

TOUR.it di Carrara, Fiera interregionale (ad ovest), da sviluppare ulteriormente e da allargare possibilmente ad un pubblico allargato ed interessato al tempo libero.

ITALIA VACANZE di Novegro (MI), di interesse per l'area milanese-lombarda.

TEMPO LIBERO a Vicenza, interessante per l'area nord-est e per la sua spiccata propensione alla sezione turismo, compreso il campeggio.

VACANZE WEEKEND a Padova, Verona, Brescia. Brevi iniziative sul turismo con un pubblico numeroso e vario interessato al tempo libero.

4) **STATISTICHE** immatricolazioni mezzi e stime di vendita sui prodotti del turismo all'aria aperta. Vedere se si riesce a produrre un'analisi annuale dei dati, valutazioni sugli andamenti di mercato ed un supporto più scientifico alla strategia di breve-medio periodo.

Occorre avere dei dati attendibili e completi da analizzare con un'équipe di esperti.

E' importante perché l'Associazione possa essere un dei punti di riferimento dell'intero turismo itinerante.

5) **COMUNICAZIONE – INFORMAZIONE**

Completamento del sito (catalogo associati, notizie più rilevanti per il settore, dati utili, ecc..)

News mensili del Presidente (per lettera) agli associati

Presenza in Siti e Riviste del settore.

6) **FORMAZIONE** Attività di carattere tecnico-professionale e sulla realizzazione dei Progetti rivolta agli associati

7) **ROTTAMAZIONE – BLOCCHI ALLA CIRCOLAZIONE – MECCANICHE - MEZZI**

Relativamente alla **rottamazione camper**: valutazione positiva del Decreto che allarga anche ai camper la rottamazione, anche se già i concessionari avevano messo in atto una sorta di rottamazione autonoma, resta però basso il livello di indennizzo (2.500 €) per mezzi che in genere valgono molto di più ed inoltre le procedure burocratiche per ottenerla sono troppo complesse e farraginose, con tempi lunghissimi per i rimborsi.

Occorre sollecitare il Governo per aumentare il contributo e risolvere le lungaggini ed ancora intervenire per un'informazione incisiva nei confronti dell'utenza, che si renda conto dei forti cambiamenti in atto (crescenti blocchi, ecc..) e conseguenze sul valore commerciale del loro mezzo da rottamare.

Occorre garantire la continuità del provvedimento per ammodernare un parco mezzi generalmente abbastanza vecchio (gran parte euro 0 o euro1) sia per la durata stessa dei mezzi sia per l'ammortamento che richiede un investimento del genere.

Promocamp chiede anche di estendere l'ecoincentivo a tutti i mezzi di produzione europea commercializzati dai concessionari italiani e non solo per quelli che hanno un importatore.

Sui **blocchi alla circolazione**, nell'immediato, facciamo riferimento alla posizione già presentata assieme ad altre Associazioni degli utenti circa un anno fa, quando abbiamo chiesto a Regioni e Comuni l'attivazione di deroghe per le autocaravan con una serie di considerazioni relative al contributo molto modesto all'inquinamento veicolare e valutando il fatto che sono mezzi che attraversano regioni, province e comuni diversi, con regolamentazioni a macchia di leopardo. Sulla base di quanto è stato fatto e previsto da molte amministrazioni che hanno applicato le deroghe e/o che hanno predisposto una serie di misure idonee a rendere possibile il raggiungimento di parcheggi scambiatori, di campeggi posti in aree cittadine, di aree di sosta vicine a mezzi pubblici, treni locali, riteniamo che le organizzazioni del settore debbano insistere perché dappertutto siano predisposte queste misure e ci sia un'attenzione per i mezzi del turismo itinerante (percorsi utili e segnalati, una parte di stalli di sosta idonei, tariffe adeguate, mezzi pubblici, ecc...).

Detto questo per l'immediato, resta aperta la questione di prospettiva, che anche il nostro settore deve affrontare e contribuire a risolvere con proposte rivolte soprattutto ai costruttori delle meccaniche di base.

L'inquinamento atmosferico da traffico veicolare, va affrontato dedicando anche alle **meccaniche** per i camper un'attenzione maggiore e più tempestiva (se pensiamo alle auto!) in direzione ecologica e con attenzione ai costi crescenti del combustibile tradizionale utilizzato (diesel). Rincorrere l'euro 4, poi l'euro 5 (dal 2011) per mezzi peraltro che hanno una durata media di 15 anni, resta una gara che è destinata a segnare sempre pesanti ritardi.

Verificare ad esempio la possibilità di utilizzo di mezzi bi-fuel (benzina + GPL) fino agli ibridi (benzina/diesel + elettrico) e più in là con combustibili ad impatto zero (es. idrogeno).

Partendo poi dal prodotto proposto (i **mezzi**) e guardando cosa succede a livello di mercato europeo, occorre riflettere se non sia il caso di presentare più mezzi a costi bassi (sono i più venduti in Europa!) e rimettere in moto il ciclo virtuoso tradizionale: tenda – caravan – camper. Chi ha i migliori indici di penetrazione (rapporto mezzi/popolazione) funziona in questo modo. Ancora, in presenza di una prevedibile ulteriore contrazione dei consumi nel breve termine, si produrrà infatti, oltre ad una minore disponibilità di risorse, anche una maggiore differenziazione e variazione della domanda.

Alla parte istituzionale (Conferenza Stato-Regioni, o meglio, alla Conferenza degli Assessori Regionali al Turismo, Regioni, Province e Comuni) va chiesto, secondo noi, che la **circolazione dei mezzi per fini turistici sia disciplinata o abbia un coordinamento a livello nazionale**, evitando confusioni, disparità di trattamento da luogo a luogo per non danneggiare il turismo italiano e straniero in Italia.



8) ALLEANZE ED AFFILIAZIONI

Promocamp è un'Associazione che ricerca le alleanze sulla base di proposte precise e si muove con chi li condivide o partecipa, alla pari, alla loro stesura e/o realizzazione.

La nostra azione deve essere orientata all'unitarietà (che significa promuovere la massima convergenza possibile) chiamando tutti a confrontarsi e a discutere su cose concrete (ecco l'importanza del Programma e dei Progetti).

Ricerca il rapporto e la collaborazione con le organizzazioni degli utenti per realizzare assieme i Progetti che interessano tutti e per essere un punto di riferimento nel settore.

Occorre valutare e verificare bene, a questo proposito, l'ipotesi di una collaborazione stretta ed eventualmente di un'**alleanza** con altre organizzazioni del settore, fermo restando la nostra autonomia e peculiarità di rappresentanza e la messa in valore delle proposte dell'Associazione.

Così come resta da considerare la possibilità di **affiliazione** ad una delle grandi organizzazioni nazionali dell'imprenditoria per rafforzarci e perché le nostre proposte trovino maggiori occasione di ascolto in ogni sede.

Repubblica di San Marino, 12 maggio 2008



CARTA DI INTENTI SUL TURISMO PLEIN AIR

IN AREE NATURALISTICHE

Promotori: Promocamp, WWF, Federcampeggio

Il turismo, in generale, è un fenomeno in larga espansione, sia per l'aumento del tempo libero, sia per l'esigenza sempre più sentita di affrancarsi dalle componenti alienanti della vita ordinaria (lavoro, vita cittadina, ecc.) e di poter scegliere una vita più libera, più a contatto con la natura e più pregnante dal punto di vista culturale e personale.

Il turismo plein air, praticato da oltre 5 milioni di persone nel nostro paese, rappresenta un segmento importantissimo da incrementare per dare le giuste risposte a tali esigenze. Esso infatti può essere un antidoto molto forte alle spinte cementizie del turismo incentrato sui villaggi delle seconde case e sui grandi complessi alberghieri, specie in aree d'interesse ambientale. Inoltre può essere certamente il più compatibile ed il più rispettoso dell'equilibrio ecologico, richiedendo strutture ad impatto leggero per l'accoglienza temporanea dei mezzi (tende, roulotte, camper). Corrisponde poi molto bene a quell'esigenza di libertà, di natura, di cultura e di recupero della dimensione personale.

Per favorire lo sviluppo di questa forma di turismo, occorre però, siano affrontati con maggior decisione e con la più larga unità delle forze interessate i principali ostacoli che ne frenano l'espansione e nello stesso tempo, occorre sia intrapresa un'opera di informazione-formazione dei "turisti plein air", per renderli sempre più consapevoli dei modi corretti e fecondi di fruire della natura e dell'ambiente. Essi, assieme agli operatori del settore ed in stretto accordo con il mondo ambientalista, debbono rappresentare la nuova massa critica che reclama la piena cittadinanza ed il valore di tale scelta.

Partendo da queste comuni considerazioni le organizzazioni Federcampeggio (Federazione Italiana del Campeggio e del Caravanning), Promocamp (Associazione operatori del settore plein air), WWF Italia, concordano di definire finalità, comportamenti ed azioni da adottare per promuovere il turismo plein air. La presente Carta di Intenti vuole essere un punto di partenza della collaborazione e resta aperta al contributo ed alla condivisione di tutte le organizzazioni interessate a questo tipo di turismo.



FINALITA' COMUNI

- la valorizzazione del rapporto uomo-natura-ambiente
- la maturazione di una coscienza ambientalista
- la salvaguardia e sviluppo di un turismo sostenibile e a dimensione umana

Il perseguimento di queste finalità consente il diffondersi del turismo plein air, che è indiscutibilmente una delle forme di turismo dall'impatto più leggero, in particolare quindi il più adatto per le aree naturalistiche e che crea il rapporto più diretto uomo-natura.

COMPORAMENTI ED AZIONI CONCORDATE

A livello di iniziative da attuare nell'ambito di ogni organizzazione:

PER IL WWF:

- valorizzazione del turismo nelle sue iniziative, quale forma di turismo rispettosa dell'ambiente, più idonea per favorire il rapporto uomo-natura-ambiente in termini corretti e per far maturare "sul campo" una reale coscienza ambientalista.
- Prevedere aree di sosta attrezzate per la fruizione delle proprie oasi naturalistiche
- Promuovere iniziative per far conoscere e progettare itinerari, percorsi, soluzioni ricettive per tale tipo di turismo.

PER FEDERCAMPEGGIO E PROMOCAMP:

- azioni di sensibilizzazione (attraverso mostre, fiere, riviste e giornali, ecc.) rivolte agli operatori del settore, perchè adeguino sempre più i mezzi e le attrezzature per il plein air ad esigenze di ecocompatibilità, sia in termini di materiali e soluzioni costruttive, sia in termini di gestione (consumi energetici, scarichi, ecc.)
- azioni di informazione-formazione nei confronti degli utenti del plein air per far maturare una coscienza ambientalista che porti a comportamenti irreprensibili dal punto di vista dell'impatto ambientale e che valorizzi il rapporto uomo-natura-ambiente come momento di vero arricchimento culturale e personale
- promozione delle proposte naturalistiche ed in particolare quelle del WWF, riconoscendone la validità e la corretta impostazione
- spazi per il WWF, all'interno delle iniziative, per la promozione e l'educazione ambientale
- concorsi e premi per le organizzazioni ed enti che danno prova di sensibilità per tale tipo di turismo a livello di azioni congiunte tra le organizzazioni firmatarie:
- iniziative nei confronti di istituzioni pubbliche nazionali (es. Ministeri competenti) e locali (regioni, province, comuni, organizzazioni turistiche) per:



- a) una normativa moderna che incentivi la nascita di strutture ricettive compatibili con l'ambiente, adeguate all'accoglienza delle varie forme di turismo plein air (in particolare aree attrezzate) e che definisca finalmente i requisiti delle strutture esistenti, allineandole agli standard europei e minimizzando il loro impatto sull'ambiente
- b) la destinazione di risorse per favorire la realizzazione di tale aree attrezzate presso le zone di interesse naturalistico e nei luoghi turisticamente interessati
- c) prevedere prioritariamente aree attrezzate compatibili con l'ambiente per camper in quanto richiedono interventi molto semplici e di leggero impatto ambientale
- d) valorizzare maggiormente il mondo agricolo e la fruizione del paesaggio rurale, favorendo con appositi provvedimenti e sostegni il rapporto tra turismo plein air e agricoltura (agriturismo-plein air).

Tale **CARTA DI INTENTI** avrà periodici momenti di verifica e di integrazione in occasione di incontri specifici e delle iniziative comuni delle organizzazioni firmatarie.
La presente Carta d'Intenti è sottoscritta dalle seguenti Organizzazioni:

FEDERCAMPEGGIO - Federazione Italiana del Campeggio e Caravanning

WWF Italia

PROMOCAMP Associazione Operatori Turismo Aria Aperta

Rep. San Marino 31 marzo 1996

ALLEGATO NR. 1

ALLA CARTA DI INTENTI SUL TURISMO IN PLEIN AIR IN AREE NATURALISTICHE

Anche le Organizzazioni sottoelencate sottoscrivono la CARTA DI INTENTI SUL TURISMO EN PLEIN AIR IN AREE NATURALISTICHE, elaborata da WWF Italia, FEDERCAMPEGGIO e PROMOCAMP.

FEDERAZIONE CAMPEGGIATORI SAN MARINO

Per il Presidente Lino Ferri

Il Vice-Presidente: Angelo Marino Forcellini

San Marino 31 Marzo 1996



DOCUMENTO REDATTO DA FEDERCAMPEGGIO E PROMOCAMP SOTTOSCRITTO DA:

- Antonella Bertoli - Assessore al Turismo della Provincia di Rovigo
- Vidmer Mercatali - Assessore al Turismo del Comune di Ravenna
- Riccardo Santarini - Assessore al Territorio del Comune di Rimini
- Gianni Picilli - Presidente Federazione Italiana del Campeggio
- Piergiorgio Tritapepe - Presidente Promocamp

PREMESSA

Il turismo è certamente un fenomeno in forte espansione per le nuove condizioni di vita, caratterizzate da maggior disponibilità di tempo libero e di risorse economiche e per la crescente consapevolezza che il contatto con l'ambiente dei beni naturali e culturali offre le occasioni per favorire una dimensione personale più equilibrata e non alienante.

Una delle forme di turismo che offre certamente tali possibilità è quella del turismo plein air. Sempre più persone si avvicinano a questa forma di loisir - siamo già al 15% del totale degli italiani - e, stando agli andamenti degli altri paesi europei più evoluti in questo campo, tale numero è destinato ad aumentare sensibilmente.

Va detto però che la sua naturale espansione trova elementi di freno nel nostro paese nella scarsa disponibilità complessiva di offerta di strutture e servizi e nell'ancora sostanziale indifferenza - quando non è opposizione - da parte di molte realtà istituzionali, Regioni Province e Comuni, e delle organizzazioni turistiche in generale.

Azioni che peraltro molte volte danneggiano i promotori delle stesse, e questo a causa della loro scarsa conoscenza e sottovalutazione del fenomeno, erroneamente considerato come un turismo povero, e non come un diverso modo di vivere il turismo.

L'esigenza di invertire tale tendenza per liberare la nostra realtà da questi pesanti condizionamenti negativi impone un'azione di forte sensibilizzazione ed intervento nei confronti di tutti gli Enti e le Organizzazioni che sono in grado di svolgere un ruolo importante in tale direzione.

Ciò si inserisce felicemente nel nuovo scenario europeo che ci vede come provincia turistica appetibile per clima, bellezze naturali ed artistico-culturali.

A questo proposito, l'occasione del Giubileo può costituire un importante stimolo per avviare un nuovo circolo virtuoso per quanto riguarda l'offerta di strutture e servizi in tale settore, a partire dagli itinerari dei "Nuovi Pellegrini" in cerca di conforto spirituale, ma anche della propria dimensione psico-fisica e culturale complessiva.



Il ruolo delle città d'arte, e soprattutto di quelle di piccola e media dimensione, può essere determinante per attivare tale processo e mettere a disposizione, con una contenuta quantità di risorse, una serie di strutture e di servizi, oltreché essere di stimolo per interventi di competenza di altri livelli istituzionali (Ministeri e Regioni) per avere anche nel nostro Paese una regolamentazione del plein air, che assicuri gli standards europei nella ricettività... Uno degli elementi utili per stimolare tali comportamenti a tutti i livelli viene individuato nel protocollo di intenti che tre Città d'arte - quali Ravenna, Rimini e Rovigo - intendono sottoscrivere come impegno concreto in tal senso.

Il collegamento con l'evento Giubileo e con le antiche vie percorse dai nuovi pellegrini richiama l'esigenza di pensare in termini di rete le strutture e i servizi offerti al plein air.

Ogni città interessata ad accogliere tali strutture si impegna:

- 1 - a non porre divieti generalizzati di sosta ai veicoli del plein air e si pone invece nella condizione di favorirne la presenza, predisponendo strutture e servizi e regolamentandone le forme, provvedendo a dotare i parcheggi delle città di alcuni posti (ad es. da 3 a 10) riservati a campers e roulotte;
- 2 - a mettere in essere (con opportuna strumentazione urbanistica) almeno un'area destinata a sosta delle autocaravan e caravan, attrezzata con pozzetto di scarico autopulente, di un erogatore di acqua potabile, di un adeguato sistema di illuminazione e di una recinzione di sicurezza, di contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti; a suggello della destinazione d'uso dell'area una pianta toponomastica della città e dei luoghi d'interesse turistico culturale della provincia;
- 3 - a dotare detta area di idonea alberatura ad alto fusto e di provvedere a trattare opportunamente il terreno - assicurando il massimo drenaggio e, ove occorra, una pavimentazione mimetizzata dall'erba;
- 4 - a situare detta area in zona prossima al centro storico e/o in posizione tale da garantire facilità di accesso dalle vie di grande comunicazione, agevolandone l'individuazione con opportuna e ben visibile segnaletica stradale;
- 5 - a regolamentare il periodo di permanenza nell'area - di norma, salvo diverse autorizzazioni all'uopo rilasciate - per un periodo di tempo non superiore alle 48 ore, il controllo dell'accesso alla stessa, l'eventuale auspicabile servizio di custodia (servizi questi che potrebbero, con evidente risparmio economico, essere affidati alle Associazioni di volontariato del plein air).

Settembre 1997



CONDIZIONI GENERALI PER NUOVA ISCRIZIONE O RINNOVO

1. **SOCI SOSTENITORI** – Senza Diritto di Voto e di Sconti Fieristici

Quota Associativa Annuale: € 200,00

2. **SOCI** - Con Diritto di Voto e di Sconti Fieristici

INDUSTRIALI - ARTIGIANALI - COMMERCIALI - SERVIZI

Quota Associativa Annuale:

2.1.1 Aziende con fatturato fino a **€ 1.000.000,00: € 500,00**

2.1.2 Aziende con fatturato fino a **€ 5.000.000,00: € 1.000,00**

2.1.3 Aziende con fatturato oltre **€ 5.000.000,00: € 1.400,00**

MODALITA' DI ISCRIZIONE e RINNOVO:

3.1 Il pagamento di prima iscrizione va effettuato tramite bonifico bancario intestato a: *ASSOCIAZIONE PROMOCAMP - Via XXVIII Luglio n. 218 (Centro Poliedro) cap 47893 Borgo Maggiore (R.S.M.) c/o Banca di San Marino - ag. Domagnano (RSM)*

c.c n. 000004530410 - CIN K - ABI 08540 - CAB 09803

IBAN: SM 76 K 08540 09803 000004530410

3.2 Il rinnovo della QUOTA ASSOCIATIVA ANNUALE è da effettuarsi entro e non oltre il 28 Febbraio di ogni anno (tramite RI.BA. per le aziende italiane, con bonifico bancario per le aziende ESTERE e R.S.M.).



SCHEMA di rinnovo adesione all'Associazione PROMOCAMP

Da restituire alla Segreteria PROMOCAMP via e-mail: info@promocamp.com, oppure via fax al n° 0544/276133

La sottoscritta Società

Via/Piazza Nr.

CAP Città Prov. Tel.

Fax E-Mail

Sito internet..... Capitale Sociale

Partita IVA Iscrizione R.E.A. n° del

Registro Imprese di N° del

Attività svolta:

Legalmente rappresentata dal sottoscritto (proprietario, procuratore, amministratore, direttore)*

* cancellare le voci che non interessano

Nome Cognome Data di nascita

Luogo di nascita Residenza Cittadinanza

Dichiara

di rinnovare la propria adesione all'ASSOCIAZIONE PROMOCAMP avente

➤ sede legale nella **REPUBBLICA DI SAN MARINO**

➤ sede operativa in **ITALIA**, Viale Randi 106 – 48121 RAVENNA

Dichiara di essere associata dal _____

(* indicare il primo anno di adesione a Promocamp)

QUOTA ASSOCIATIVA ANNUA (segnare la voce che interessa)

- | | |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato fino a € 1.000.000,00 | € 500,00 |
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato fino a € 5.000.000,00 | € 1.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato oltre € 5.000.000,00 | € 1.400,00 |

Ai fini del pagamento della quota associativa, si autorizza Promocamp ad emettere RI.BA alla data del 28 febbraio dell'anno cui l'adesione fa riferimento.

DATA _____ TIMBRO DELLA DITTA _____

FIRMA DEL LEGALE RAPPRESENTANTE. _____

Considerata l'informativa prevista dall'art. 10 e preso atto dei diritti di cui all'art. 13 della stessa Legge n. 196/2003, si acconsente a che Promocamp utilizzi i dati personali qui riportati per gli usi descritti nell'informativa stessa.

Da restituire alla Segreteria PROMOCAMP via e-mail: info@promocamp.com, oppure via fax al n° 0544/276133, entro il **15 Gennaio dell'anno in corso.**



SCHEDA per la formale adesione all'Associazione PROMOCAMP

Da restituire alla Segreteria PROMOCAMP via e-mail: info@promocamp.com, oppure via fax al n° 0544/276133

La sottoscritta Società
Via/Piazza Nr. CAP
Città Prov. Tel. Fax
E-Mail Sito internet
Capitale Sociale Partita IVA
Iscrizione R.E.A. n° Del
Registro Imprese di n° Del
Attività svolta:

Legalmente rappresentata dal sottoscritto (proprietario, procuratore, amministratore, direttore)*

* cancellare le voci che non interessano

Nome Cognome Data di nascita
Luogo di nascita Residenza Cittadinanza

Aderisce

pienamente e a tutti gli effetti all'Associazione PROMOCAMP avente

- sede legale nella **REPUBBLICA DI SAN MARINO**
- sede operativa in **ITALIA**, Viale Randi 106 – 48121 RAVENNA

alla quale **chiede** di essere ammessa come associata / socio sostenitore senza diritto di voto

Dichiara

di conoscere lo Statuto dell'Associazione e di impegnarsi al suo rispetto.

Quota ASSOCIATIVA ANNUA (segnare la voce che interessa)

e di

- | | |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato fino a € 1.000.000,00 | € 500,00 |
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato fino a € 5.000.000,00 | € 1.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Aziende con fatturato oltre € 5.000.000,00 | € 1.400,00 |

Quota ASSOCIATIVA ANNUA
soci sostenitori senza diritto di voto
sconti fieristici

€ 200,00

Ai fini del pagamento della quota associativa, si autorizza Promocamp ad emettere R.I.BA alla data del 28 febbraio dell'anno cui l'adesione fa riferimento.

DATA _____ TIMBRO DELLA DITTA _____

FIRMA DEL LEGALE APRESENTANTE _____

Considerata l'informativa prevista dall'art. 10 e preso atto dei diritti di cui all'art. 13 della stessa Legge n. 196/2003, si acconsente a che Promocamp utilizzi i dati personali qui riportati per gli usi descritti nell'informativa stessa.