

## «Difendere il modello Made in Italy»

S.Pi.

«Il settore è in buona salute ma le prossime stagioni potrebbero non essere semplici». Simone Niccolai, presidente dell'Associazione produttori camper (Apc) e unico italiano che ancora possiede una partecipazione in un'azienda tricolore (ha il 15% della Luano Camp di Poggibonsi, titolare del marchio Rimor controllato dal gruppo francese Trigano), è soddisfatto ma prudente. Da metà 2023 l'industria del camper è tornata alla normalità: «Negli anni del Covid - spiega - non c'è stata continuità negli approvvigionamenti, una volta mancavano gli chassis, una volta i frigoriferi, un'altra le finestre o i microchip, e programmare il lavoro era molto difficile. Ma in quel periodo tutte le aziende hanno investito per potenziare e velocizzare la produzione, e si sono rafforzate».

Oggi che «tutti i componenti arrivano nei tempi previsti» e che «non c'è il timore che tra un mese si fermi tutto», il settore va con i piedi di piombo: «Dobbiamo fare attenzione - sottolinea Niccolai - perché la spinta straordinaria data dal Covid, quando il camper era uno dei pochi modi per fare le vacanze in sicurezza, non c'è più. Adesso il mercato cresce dell'8-9% all'anno ma c'è un elemento negativo: l'aumento dei prezzi che incide sulla scelta di investire nel camper. Negli ultimi tre anni, dal 2021 al 2024, i prezzi sono aumentati tra gli 8mila e i 12mila euro per un veicolo che ha un prezzo medio di 55-65mila euro, in pratica +15/20% sui camper nuovi, soprattutto per l'aumento del costo dello chassis che vale più del 60% del prodotto finito». Dunque cosa accadrà adesso sul mercato? «Ci vuole cautela: i prossimi anni dovremo essere bravi a mantenere le quote di mercato, e dovremo stare attenti ai prezzi, oltre che alle tensioni geopolitiche internazionali. La produzione italiana continua ad essere ai vertici sia per quantità che per qualità, ma non dobbiamo mettere la testa sotto la sabbia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA