



IL SALONE DEL CAMPER
CARAVAN ACCESSORI PERCORSI E METE

FACTS & FIGURES

15^a edizione | 14 - 22 settembre 2024



FIERE di PARMA



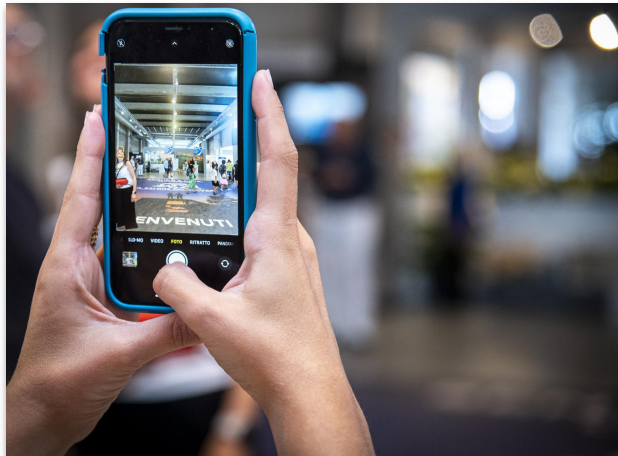
INDICE



SLIDE 3
Edizione 2024: la conferma di una leadership per il comparto



SLIDE 4
Profilo dei visitatori*



SLIDE 9
Canali di comunicazione



SLIDE 13
Attività e intrattenimento



SLIDE 21
Photogallery

*Percentuali riferibili alle indagini customer e client realizzate in modalità C.A.W.I. da Data Contact su un campione di 1.050 visitatori

EDIZIONE 2024

La conferma di una leadership per il comparto



**Oltre
100.000**

ingressi



**Quasi
55.000**

ticket emessi online



**Più di
42.000**

mezzi
parcheggiati negli
stalli in fiera



**Oltre
110.000**

m² di superficie
espositiva



330

espositori

(+10% vs 2023)

di cui oltre 60

produttori di VR **(+12%)**



Oltre 600

veicoli ricreazionali in
esposizione



Più di 500

giornalisti, blogger,
vlogger e instagrammer
accreditati



10

diverse aree per
eventi e attività
esperienziali

PROFILO DEI VISITATORI

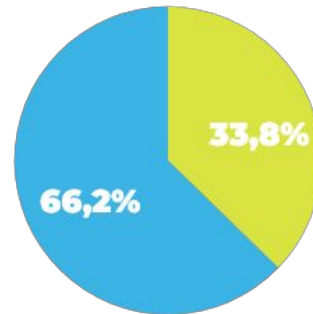
Analisi geo-anagrafica

NOVITÀ RISPETTO AL 2023 E TREND RILEVATI

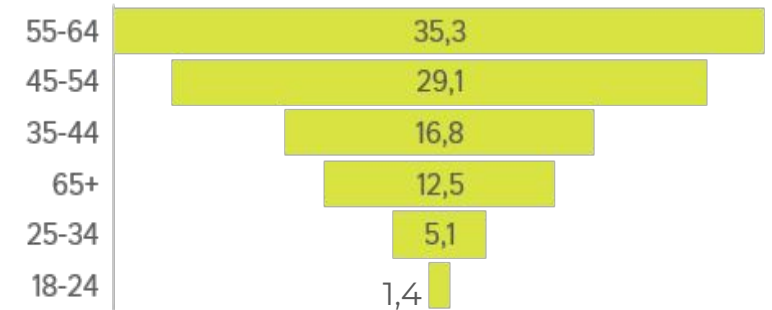
- **Il Salone del Camper... e dei Giovani Camperisti:** continua il trend di crescita degli Under 45 in visita, con +5% dal 2023 (e +15% dal 2022). Oltre alle giovani famiglie, in questo target rientrano anche coppie senza figli, le cui motivazioni all'acquisto sono rappresentate dalla possibilità di lavorare da remoto e di vivere esperienze out-of-the-box a bordo di un VR.
- **Una manifestazione sempre più ad ampio raggio:** in crescita i visitatori provenienti dall'Area Nielsen 3 (+12,5% sul 2023 e +50% sul 2022) e da Area Nielsen 4 (+25% sul 2023 e +66% sul 2022).

GENERE

■ Donna ■ Uomo

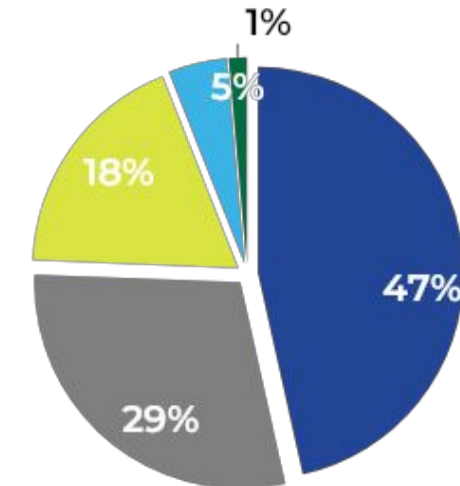


COMPOSIZIONE PERCENTUALE DEL CAMPIONE PER ETÀ



DA DOVE ARRIVA IL VISITATORE

■ Nord-Ovest ■ Nord-Est ■ Centro ■ Sud e isole ■ Altro



PROFILO DEI VISITATORI

Analisi comportamentale

Grande fermento, ricambio generazionale e nuove esigenze

- Nell'edizione 2024 de Il Salone del Camper, si rileva **un'incidenza di "nuovi visitatori" pari al 40% del totale** grazie anche alla dinamizzazione della comunicazione social, soprattutto su **Instagram**.
- Tra i nuovi visitatori, **1/3 afferma di essere camperista**, mentre i restanti **2/3 si definiscono turisti** in cerca di nuove esperienze.
- **3 visitatori su 10** ci hanno raggiunti con il proprio **VR**. L'**88%** ha avuto una **permanenza media tra le due e le quattro giornate** - dato che sul 2023 cresce del 10%.

L'importanza del canale di acquisto tradizionale

- L'acquisto di un VR si dimostra una scelta complessa e che spinge gli utenti a **preferire i canali di vendita ufficiali sia per il nuovo (69%)** sia per **l'usato (58%)**.

Una community di viaggiatori per vocazione

- Il **35%** afferma di usare il proprio VR tra i **21 e i 40 giorni all'anno** (dato stabile in comparazione al 2023), mentre il **20%** lo usa **fino a 50 giorni**.
- A Il Salone del Camper crescono le **coppie senza figli proprietarie di camper/caravan**: sono il **39%** nell'edizione 2024.
- Per chi viaggia con il proprio VR, le preferenze di pernottamento ricadono perlopiù sui **campeggi (57%)** e sulle **aree di sosta attrezzate (40%)**.

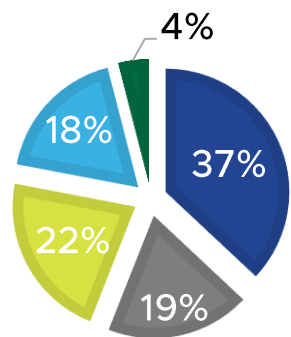
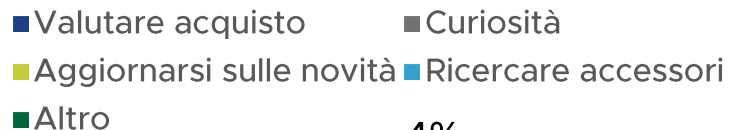
Parole chiave (Top-5)

- **Libertà** (indicata da 92 visitatori su 100)
- **Natura** (59 su 100)
- **Comodità** (46 su 100)
- **Socialità** (20 su 100)
- **Novità** (18 su 100)

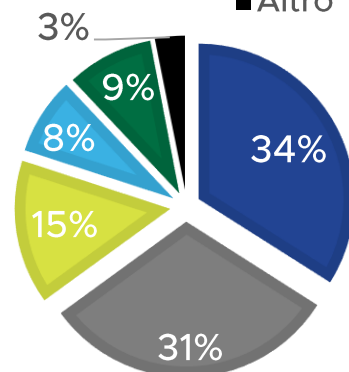
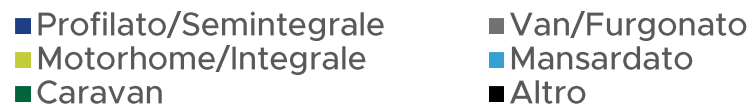
PROFILO DEI VISITATORI

Propensione futuribile alla spesa

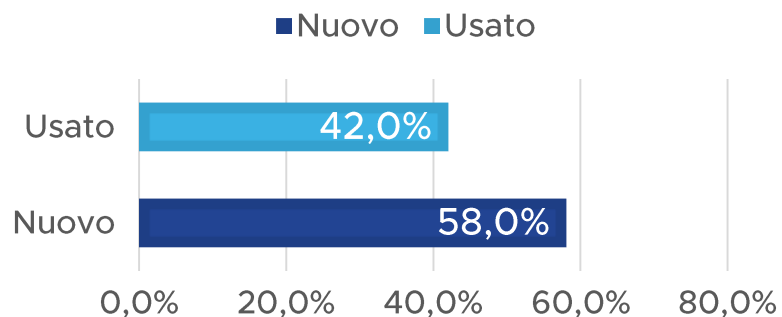
PERCHÉ VISITA LA MANIFESTAZIONE



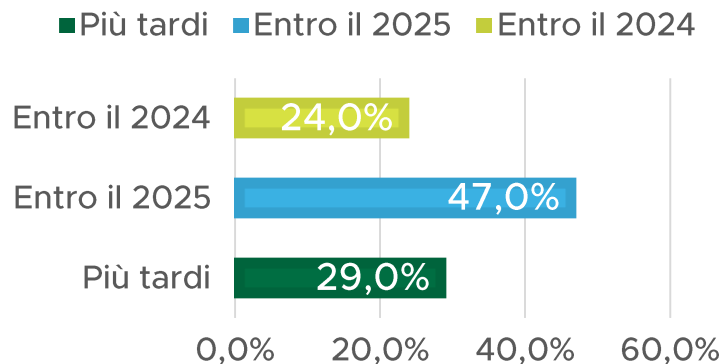
VERSO QUALI VEICOLI SI ORIENTA



PREFERENZE VEICOLO NUOVO VS USATO



ORIZZONTE DI SPESA



LE NOVITÀ RISPETTO AL 2023

- **Nuovi comportamenti del visitatore:** cresce la percentuale di pubblico nuovo e, in generale, vi è una forte propensione (**oltre 1 visitatore su 2**) all'acquisto in fiera, tanto di accessori quanto di VR.
- **L'entry-level crea interesse nel nuovo pubblico:** rispetto al 2023, cresce infatti di 3 punti percentuali la categoria «van e furgonati».
- **Aumenta la percezione di tranquillità economica:** la propensione all'acquisto di un VR entro la fine dell'anno sale del 20% rispetto al 2023.

PROFILO DEI VISITATORI

Analisi del gradimento

I PUNTI FORTI DELLA FIERA*

Qualità degli **espositori**
Organizzazione degli spazi in fiera
Comunicazione esterna

*I punti forti corrispondono a una ponderata tra le qualità più riconosciute alla manifestazione dai visitatori e quelle per loro più rilevanti

I SUGGERIMENTI DEI VISITATORI

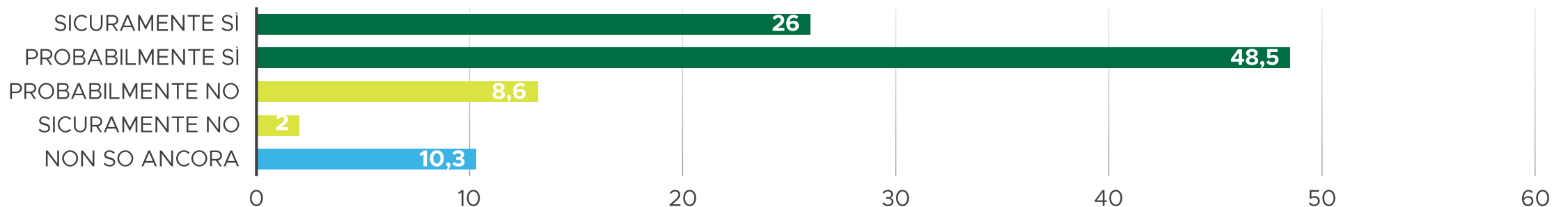
Sempre più **accessori per camper e caravan**
Ancora più **convegni e attività durante la settimana**
Proposta di itinerari, percorsi e mete sempre nuova
Altri **accessori per lo sport**
Arricchimento del programma di **attività su Parma**
Inserimento di **proposte di noleggio**

IL CONFRONTO TRA PUBBLICO NUOVO E FIDELIZZATO

Entrambe le fasce dei visitatori sono d'accordo nel ritenere l'offerta espositiva alla base del successo di quest'edizione. Unanimi i consensi anche per l'organizzazione dell'evento e i touchpoint di comunicazione, dal sito alla biglietteria digitale.

I visitatori storici ritengono, inoltre, la fiera migliorata rispetto all'anno precedente, così come il suo richiamo, la varietà/qualità espositiva e i servizi offerti.

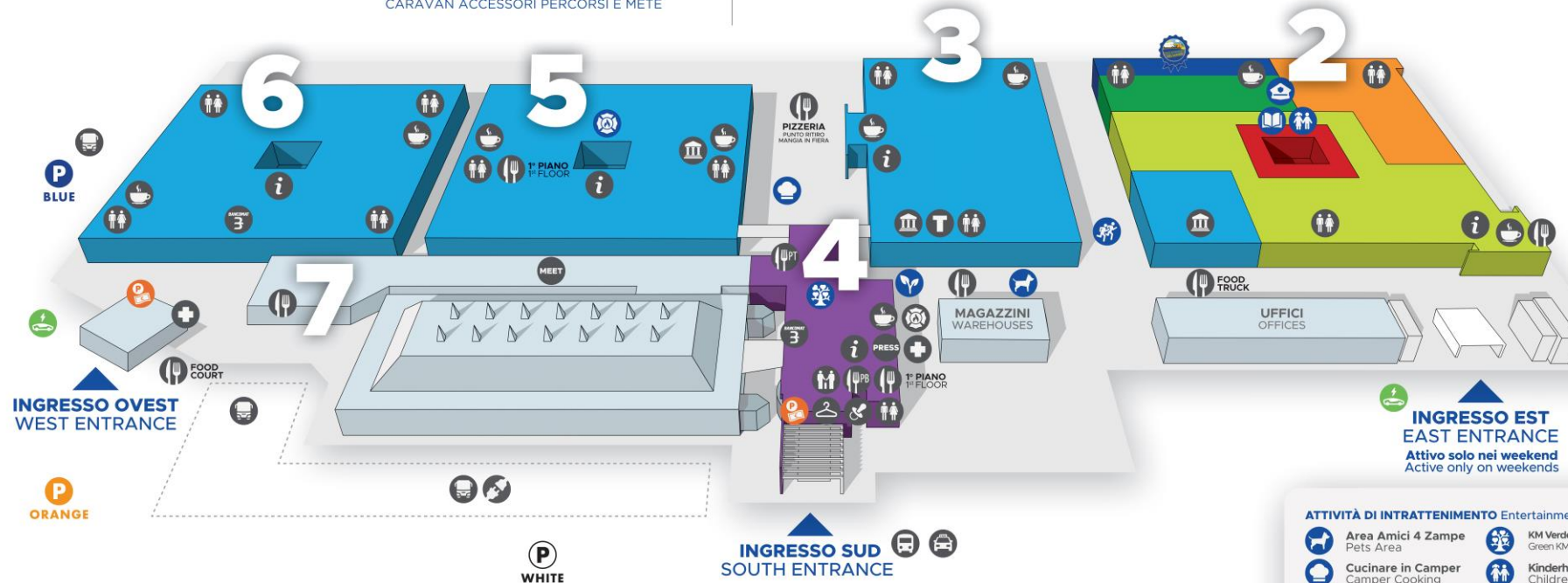
TORNERAI A IL SALONE DEL CAMPER? (%)



SEGMENTAZIONE MERCEOLOGICA



PLANIMETRIA GENERALE GENERAL PLAN



ATTIVITÀ DI INTRATTENIMENTO Entertainment Activities

- Area Amici 4 Zampe** Pets Area
- Cucinare in Camper** Camper Cooking
- Il Villaggio degli Sport** Sports Village
- Oasi Verde** Green Oasis
- Viaggi, Incontri e Racconti** Travels, Encounters and Stories
- KM Verde: l'Amore si Coltiva in Viaggio** Green KM: Love is Cultivated on the Road
- Kinderheim: la Tenda nel Bosco** Children's Area
- Vigili del Fuoco: sicurezza anche in vacanza** Firefighters: safety on holiday with you
- Vigili Urbani in Vacanza con Te** Traffic Police on Holiday with You

- PADIGLIONE HALL 2**
ACCESSORI Accessories
- PADIGLIONE HALL 2-3-5-6**
CAMPER E CARAVAN Camper and Caravan
- PADIGLIONE HALL 4**
ENTI E ASSOCIAZIONI Institutions and Associations
- PADIGLIONE HALL 2**
PERCORSI E METE Tourism and Destinations
- PADIGLIONE HALL 2**
PRODOTTI E ATTREZZATURE PER AREE SOSTA CAMPER E CAMPEGGI Products and Equipment for Camper Parking Areas and Campings
- PADIGLIONE HALL 2**
AREA SHOPPING Shopping Area
La Strada dei Sapori

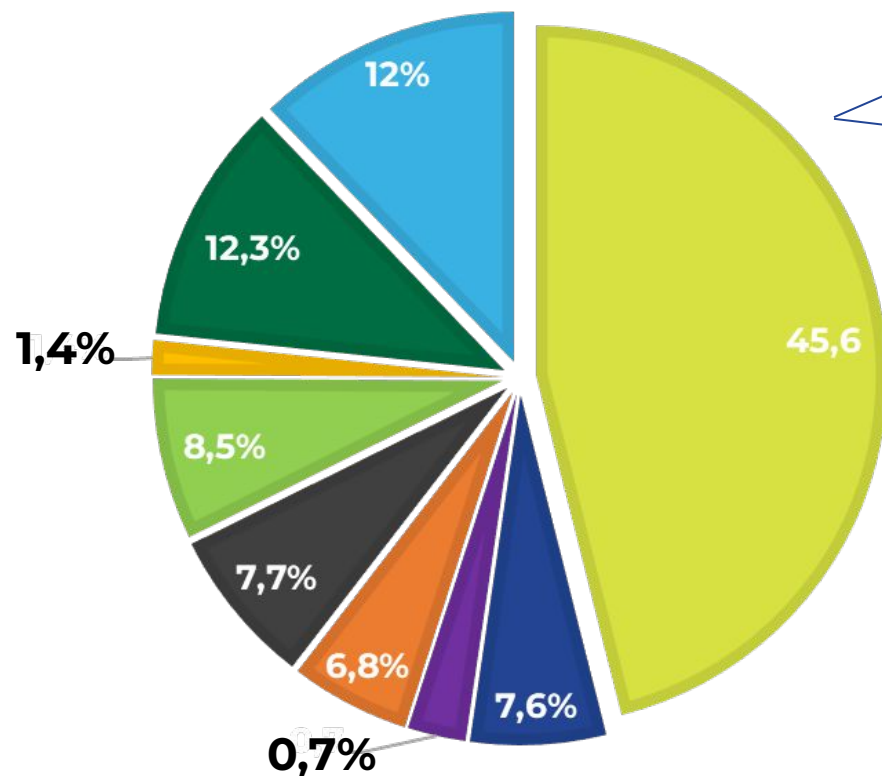
- Allaccio Elettrico Camper** Camper Electric Connection
- Bancomat** Cash Withdrawal
- Fermata Bus** Bus Stop
- Parcheggio** Parking
- Pronto Soccorso** First Aid
- Prosciutto Bar** Ham Bar
- Punto Informazioni** Info Point
- Ristorante** Restaurant
- Sala Agora** Agora Room
- Servizio Camper** Camper Service
- Tabacchi** Tobacconist
- Ufficio Stampa** Press Office
- Cassa Automatica Parcheggio** Automatic Parking Cash Desk
- Stazione Ricarica Veicoli Elettrici** Electric Car Charge Station
- Bagni** Toilets
- Caffetteria** Bar
- Guardaroba** Cloakroom
- Prodotto Tipico** Typical Product
- Sala Meeting** Meeting Room
- Nursery**
- Taxi**
- Vigili Del Fuoco** Fire Fighters

CANALI DI COMUNICAZIONE

Il media mix

PIANO MEDIA 2024 – DATI CONSUNTIVI

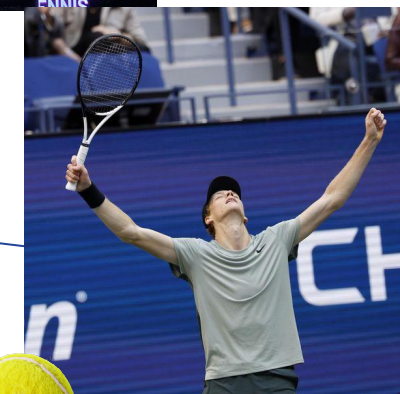
- TV generalista
- Editoria (on/offline)
- Stampa di settore
- Affiliate marketing
- Costi vari
- Field marketing
- Affissioni
- Digital marketing
- Radio



Nota lessicale

AFFILIATE MARKETING: attività direct condotta attraverso una piattaforma o un partner terzo che dirige comunicazioni brandizzate al suo pubblico di riferimento.

FIELD MARKETING: attività di marketing e comunicazione volte alla creazione o co-creazione di contenuti in fiera.



Si noti l'incidenza dei passaggi televisivi sul canale 64 – SUPER TENNIS durante le fasi clou degli US Open 2024. In particolare, la finale è stata seguita da oltre 1,7 milioni di spettatori (share 10,12%, dati Auditel),

CANALI DI COMUNICAZIONE

Ufficio stampa & PR

19
comunicati e
foto notizie
nel 2024

913
uscite
tra maggio e
settembre 2024

14
passaggi
radio/TV

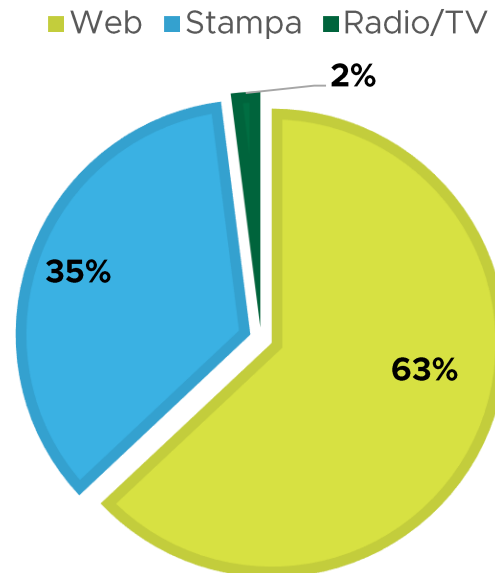
50
su testate
nazionali

>30
su testate
cartacee

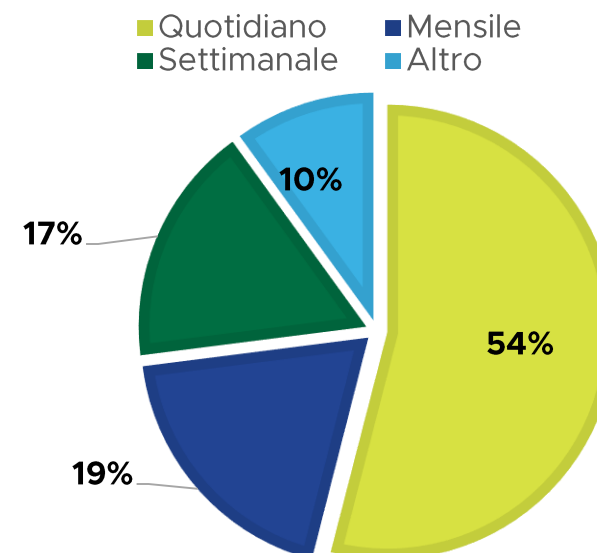
8
servizi TV
nazionali

5
servizi radio
nazionali

PRESENZA MEDIATICA



PERIODICITÀ DEL MEZZO



CANALI DI COMUNICAZIONE

Sito e web app



151.864

Accessi al sito

383.067

visualizzazioni di
pagina

Dati di traffico relativi al periodo 1°
agosto – 22 settembre 2024



(APP ufficiale de Il Salone del Camper 2024: tabUi)

23.356*

download**

32.999*

utenti unici transitati sulla sezione
«Salone del Camper» dell'applicazione

16.803*

utenti unici raggiunti da notifica push

*I dati asteriscati si riferiscono al periodo 14-22 settembre
Il dato è da intendersi come **progressivo rispetto al 2023
(quando l'app aveva totalizzato 26.201 download)

CANALI DI COMUNICAZIONE

Pagine del sito più visualizzate

CLASSIFICA	PAGINA	VISUALIZZAZIONI
1	Homepage	222.974
2	/info-utili/	34.546
3	/perche-visitare/	25.886
4	/marchi-presenti/	18.299
5	/domande-frequenti/	7.297

Dati di traffico relativi al periodo 1° agosto – 22 settembre 2024

Al netto della Homepage de Il Salone del Camper, naturale punto di atterraggio degli utenti provenienti dai più disparati touchpoint digitali (newsletter, affiliate marketing, adv etc.), si nota un flusso di traffico intenso sulle pagine più utili ai visitatori per orientarsi in fiera e in città:

- **Info Utili**, un prontuario su cosa fare in fiera e in città e che riporta orari, dettagli e consigli per vivere al meglio la propria esperienza di visita.
- **Perché visitare**, una pagina pensata per novizi, curiosi e apprendisti camperisti, con informazioni di base per questo target.
- **Marchi presenti**
- **FAQ**, una pagina ricca e in continuo aggiornamento, frutto di attento e intensissimo lavoro di community management, oltreché di una relazione ormai solida stabilitasi con visitatori vecchi, nuovi e «di ritorno».

NB La biglietteria non rientra in top-5 perché è collocata su un marketplace esterno

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube



58.850

57.049 nel
2023 (+2%)



13.700

11.200 nel 2023
(+22%)



1.118

1.099 nel 2023
(+2%)




543

453 nel 2023
(+20%)



342


311 nel 2023
(+10%)

 Michela Tanzini
Stata la settimana scorsa, bellissima, non delude mai, mezzi innovativi e con grande sorpresa per me, i Van, molto molto indecisa ❤️❤️

4 g [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Send message](#) [Nascondi](#)

 Ermelinda DI Matteo
Noi ci siamo stati ieri tante novità ...

3 g [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Send message](#) [Nasc](#)

 Anna Amorese
Anche noi siamo stati oggi bellissimi camper 🙌

 Tiziana Mazzini
Noi siamo qui molto bello

4 g [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Sen](#)

 Elena Bovenzi
Noi siamo qui 🥰🥰🥰

1 sett [Mi piace](#) [Rispondi](#) [N](#)

 Grazia Mazzanti
Appena usciti, molto bello

1 sett [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Nascondi](#) [👍](#)

Visualizza tutte le 2 risposte

 Paolo Bellini
Bella fiera bei mezzi

 [Fan più attivo](#)
Lory Sic Est
Ci sono stata ieri per la prima volta ed ho trovato delle proposte molto interessanti per il mio primo camper 🙌
Oggi visito la città di Parma, non si può andar via senza vederla

1 g [Love](#) [Rispondi](#) [Send message](#) [Nascondi](#) [3](#) [👍](#)


 Luciana Gattoni
Visitata ieri. Sempre bellissima.

 Daniele Zambuchini
sono stato domenica, molto bello, mezzi stupendi


4 g [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Send message](#) [Nascondi](#)

 Benedetta Trumbaturi
Sono stata oggi già di ritorno a casa devo dire che ha sempre il suo fascino era due anni che non andavo

2 g [Mi piace](#) [Rispondi](#) [Send message](#) [Nascondi](#)

 Marika Ferrari
Noi ci saremo per la prima volta, curiosi di capire come funziona quel mondo e iniziare una nuova avventura

2 sett [Love](#) [Rispondi](#) [Nascondi](#) [5](#) [👍](#)

 Magnotta Crew
Anche lui contentissimo!

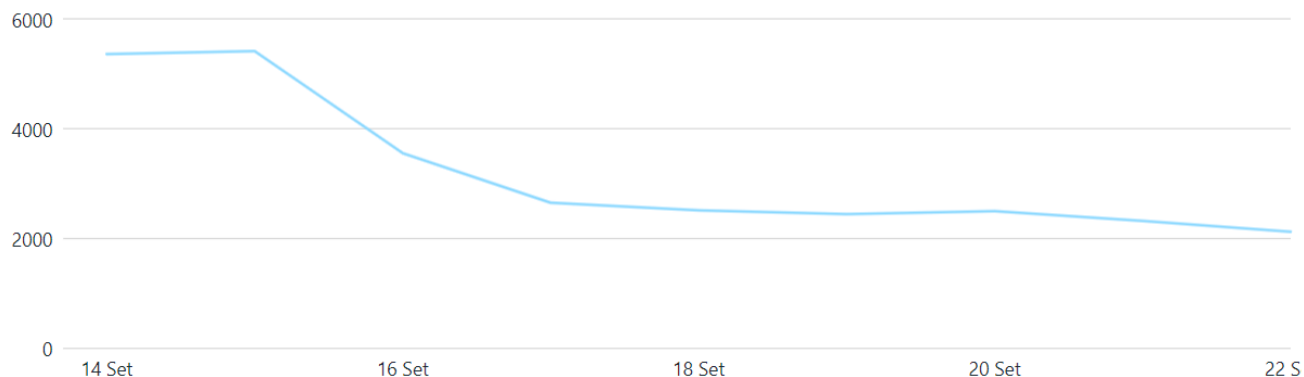


SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Social media analytics

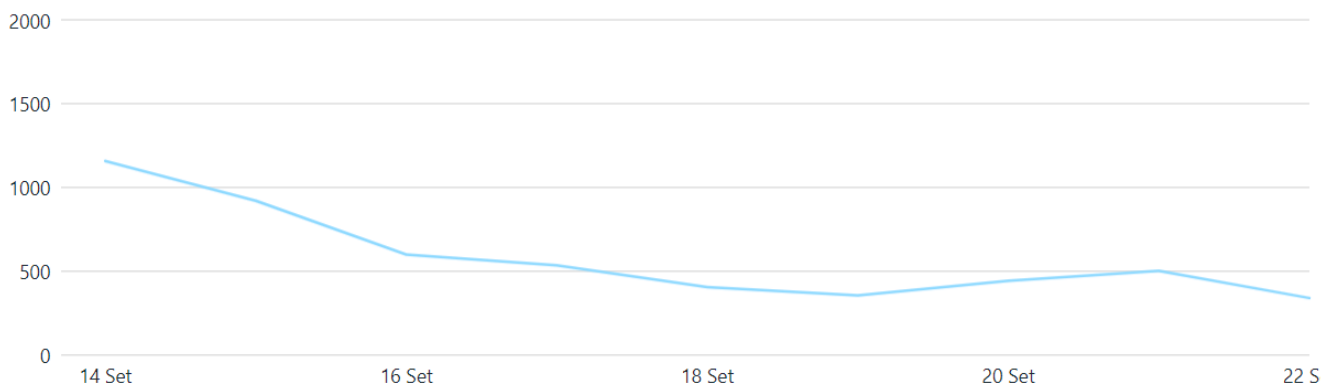
Visite su Facebook ⓘ

28.878 ↑ 132,9%



Visite al profilo Instagram ⓘ

5256 ↑ 106,4%



IL SUCCESSO DI PUBBLICO ANCHE ON-LINE

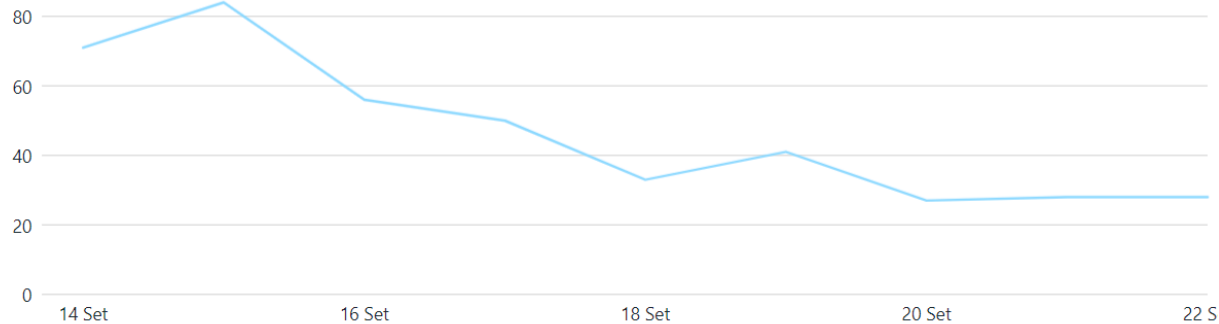
Grande interesse è stato riscosso sui social media de Il Salone del Camper. L'edizione 2024 ha registrato un importante flusso di visite e interazioni sui canali Meta, con picchi rilevanti durante i primi giorni della manifestazione.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Social media analytics

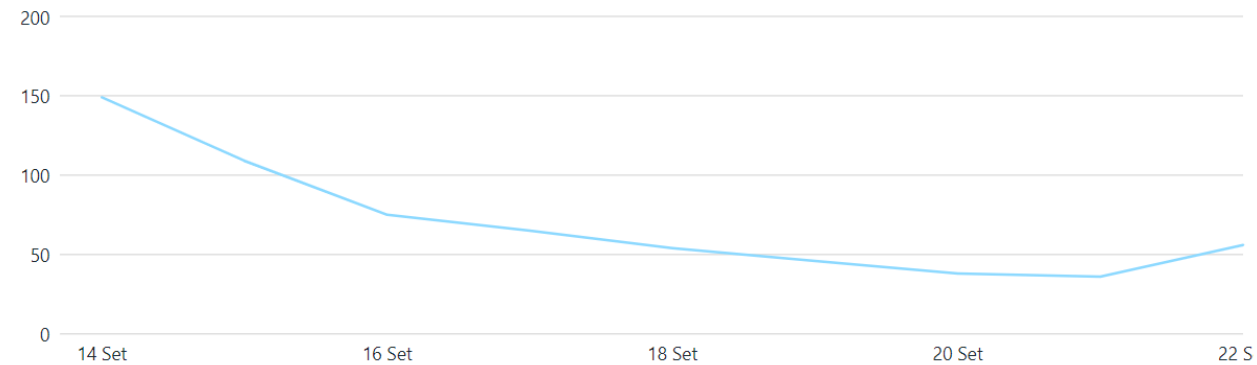
Follower di Facebook ⓘ

424 ↑ 65%



Follower di Instagram ⓘ

628 ↑ 59,8%



IL CONTENT MANAGEMENT E LA GENERAZIONE DELL'ENGAGEMENT

La creazione di contenuti interessanti e coinvolgenti, come foto e video in tempo reale dell'evento, è stata componente cruciale per stimolare il consolidamento della community e favorire l'acquisizione di nuovi follower/iscritti.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Risultati social*

CANALE	Numero di post e stories pubblicati	utenti singoli raggiunti	Interazioni con i contenuti	nuovi follower	follower totali
Facebook	107	1.653.631	212.711	+1.358	58.820
Instagram	219	650.157	35.186	+2.104	13.600
Linkedin	15	3.418*	312	+75	538
TOTALE	341	2.307.206	248.209	3.537	72.958

Dati di traffico relativi al periodo 1° agosto – 22 settembre 2024

PROGRAMMA DI INTRATTENIMENTO

KINDERHEIM – OSSERVA, SPERIMENTA, IMPARA

Un'area di custodia e intrattenimento per i piccoli bambini esploratori dai 3 agli 8 anni, realizzata da operatori professionali specializzati.

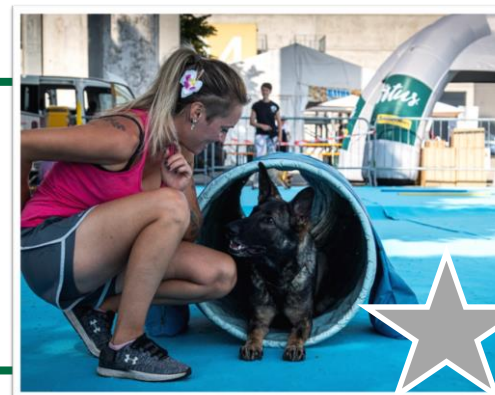


IL VILLAGGIO DEGLI SPORT - SPORTINCAMP

Un'area esterna per i bambini dai 6 ai 16 anni con ampia proposta di diverse attività sportive: minigolf, basket, calcio, hockey e su richiesta eventuali attività extra quali pallamano, racchette da tennis, badminton e mountain bike

AREA AMICI A 4 ZAMPE

Area dedicata ai migliori amici dell'uomo con attività ludiche o specifiche come obedience, agility, propriocezione, giochi di fiuto. In collaborazione con tecnici cinofili qualificati ENCI.



Seconda attività preferita dai visitatori

PROGRAMMA DI INTRATTENIMENTO

CUCINARE IN CAMPER

L'attività è svolta dagli chef dell'Unione Ristoranti del Buon Ricordo che reinterpretano la grande tradizione italiana attraverso la realizzazione di ricette semplici, per tutti i giorni, illustrando come gestire queste preparazioni anche in spazi ristretti, come le cucine dei camper.



**Attività preferita
dai visitatori**



KM VERDE – L'AMORE SI COLTIVA IN VIAGGIO

Laboratori educativi e divertenti che coinvolgono i piccoli ospiti de Il Salone del Camper in modo interattivo, stimolando la loro immaginazione e promuovendo il lavoro di squadra.

PROGRAMMA DI INTRATTENIMENTO

OASI VERDE

Un giardino per sostare. Un'esperienza sensoriale, immergersi nell'Oasi Verde testimonia l'importanza degli spazi green nel mondo outdoor.



POLIZIA LOCALE IN VACANZA CON TE

Un'area espositiva delle Polizia Locale in cui i visitatori entrano nel vivo dell'educazione stradale con laboratorio mobile di educazione stradale, simulatore di guida, tappeto strada da distorsione visiva alcol e droga, giochi di società educativi e video dimostrativi sulla normativa di circolazione in camper

VIGILI DEL FUOCO PER LA SICUREZZA ANCHE IN VACANZA

Un'area espositiva dei Vigili del Fuoco in cui i visitatori possono conoscere da vicino le attività di soccorso legate alla sfera outdoor e del tempo libero.



PROGRAMMA DI INTRATTENIMENTO



FUORI SALONE FOOD COURT

Area dedicata allo Street Food di qualità: servizio bar, food & music e cucina impasto zero legata alla tradizione di Parma

ARENA VIAGGI, INCONTRI E RACCONTI

5 appuntamenti tra presentazioni, seminari e convegni
6 ore di programmazione per tutta la famiglia



Terza attività preferita dai visitatori



PROGRAMMA CONVEGNI

9 appuntamenti convegnistici
18+ ore di programmazione

PHOTOGALLERY





IL SALONE DEL CAMPER
CARAVAN ACCESSORI PERCORSI E METE

16^a edizione

Parma | 13 - 21 settembre 2025

