

Al Salone del camper arriva Garden sharing, start-up che propone zone di campeggio alternative

# In roulotte nel giardino degli altri

## Tremila spazi prenotabili. Prezzi? Da 6 euro a notte

DI GIOVANNI BUCCHI

**S**e con Airbnb la sharing economy è entrata nelle case delle persone, con il Garden sharing si ferma in giardino. Sta destando molta curiosità l'idea portata da una start-up innovativa della provincia di Ancona per mettere in rete i proprietari privati di giardini e aree verdi con gli amanti delle vacanze «en plein air», magari stufi del solito campeggio. «Caravan, roulotte e tende possono ora trovare spazio a ridosso di un vigneto o di un campo di grano, nel giardino di una casa, nell'ala di una fattoria», spiega l'ideatore e founder **Mauro Moroni**, «In molti l'Airbnb dei giardini, speriamo che questo ci porti fortuna anche per trovare investitori, di cui abbiamo molto bisogno per sviluppare il nostro servizio in tutta Europa». Il portale web ([www.gardensharing.it](http://www.gardensharing.it)) è lo spazio dove la domanda di spazi da affittare da parte



dell'ospite di turno (guest) si incontra con la variegata offerta del garden sharer (il corrispettivo dell'host di Airbnb), con prezzi che variano a seconda delle location e dei servizi messi a disposizione. Sì, perché se si vuole trascorrere la notte in tenda ma magari usufruire anche del bagno, oppure durante il giorno ci si vuole godere la piscina, è possibile

farlo. Ovviamente, pagando di più. Dai 25 euro a notte per dormire in tenda sulle rive del lago di Garda ai 46 euro per una notte immersi tra gli ulivi di Otranto, oppure soluzioni molto più economiche come i 6 euro richiesti per alloggiare sulle montagne del Sannio; dopo pochi mesi dall'avvio, Garden sharing offre già un ventaglio di circa 3 mila

spazi prenotabili con oltre 300 garden sharer in tutta Italia, numero destinato ad aumentare nelle prossime settimane.

Questa start-up è tra le principali novità presenti al Salone del camper ([www.salonedelcamper.it](http://www.salonedelcamper.it)), in programma dal 9 al 17 settembre alle Fiere di Parma. Nel capoluogo emiliano si incontrano rappresentanti

e amanti di un settore in continua espansione, disposti a farsi contagiare dalla sharing economy.

I margini di crescita sono ancora elevati, dato che al momento la quota di mercato in Italia è del 7,5% contro il 20% del Nord Europa. I numeri del VI Rapporto nazionale sul turismo in libertà diffusi da Apc (Associazione produttori camper e caravan) confermano il trend positivo: nel 2016 gli autocaravan fabbricati in Italia sono aumentati del 22% (in tutto 15.150) con 4.250 nuove immatricolazioni (+13,7%), per un settore che impiega 5.500 addetti con un fatturato annuo di 750 milioni. E il 2017 non sembra essere da meno, dato che nel primo semestre le vendite di nuovo e usato sono in aumento (+12,4% e +4,1%). Il 77% della produzione italiana finisce all'estero, con 13 mila mezzi esportati nel 2016. «Il made in Italy si distingue per la ricerca e i valori identificativi e di stile propri del nostro design», spiega **Fabio Contillo**, brand manager di marchi storici italiani come Mobilvetta e Arca. «Camper, caravan e roulotte sono prodotti molto complessi che quando superano gli 80 mila euro diventano veri e propri beni di lusso, per i quali occorre soddisfare anche un bisogno di eleganza, comodità e rappresentatività sociale di chi li possiede». Per questo, aggiunge, «nella ricerca su comfort, arredamenti e funzionalità degli spazi interni ci sono molte affinità con il settore degli yacht, dal quale si prende ispirazione». Negli esterni «i veicoli mansardati stanno lasciando spazio a disegni più accattivanti e aggressivi con le cabine integrate, mentre negli interni si afferma l'impiego di legni cileggi e molto caldi, ripresi proprio dalla nautica, di contrasti di colore forte tra essenze scure e bianconevre».

© Riproduzione riservata

### BREVI

**Settemari partner di Mondadori.** Mondadori sceglie il gruppo torinese Settemari, tour operator nell'ambito dell'outbound turistico, come partner del contest a premi «Super Concorso Abbonato e Ripagato» legato alla campagna abbonamenti delle riviste del gruppo ed è attivo da fine agosto 2017 al 13 luglio 2018. Settemari fornirà il 2° e il 3° premio e sarà parte dell'operazione unitamente ad altri brand operanti nell'ambito del settore automobilistico e dell'hi-tech. I vincitori potranno trascorrere una vacanza a Cuba per due persone presso il Settemari Club Iberostar Daiquiri a Cayo Guillermo. Il concorso, nell'arco di tutta la sua durata, sarà promosso da un battage pubblicitario che coinvolgerà mezzi differenti: distribuzione complessiva di 9,5 milioni di volantini, campagne stampa, articoli redazionali sulle testate Mondadori, mailing via posta, banner web, campagne Facebook delle testate Mondadori.

**Ikea e Wuf insieme per il menù bimbi.** Da ieri sono disponibili nei ristoranti Ikea due nuovi menù bimbi: il Bio Pollo a forma di cavallino, tipico della tradizione svedese, con le patatine da agricoltura biologica o la Bio Pastasciutta. Entrambi i menù sono accompagnati da Bio Succo e Bio Polpa di frutta. La scelta del pasto si trasforma in un'occasione di gioco e di educazione grazie al nuovo kit regalo realizzato in collaborazione con il Wuf, pensato per sensibilizzare i bambini e le loro famiglie sul mondo degli animali e della natura, anche attraverso il tema dell'alimentazione sostenibile.

**Zanichelli, graffiti per il ritorno a scuola.** Da settembre Zanichelli, la casa editrice attiva nella scolastica e nelle opere di consultazione, lancia Back To School 2017-2018, l'iniziativa che prevede la realizzazione sui marciapiedi in prossimità di alcune scuole superiori di Milano, Torino e Napoli di quattro graffiti eco-sostenibili che raffigurano la formula matematica del cubo di un binomio, la tavola periodica degli elementi, la formula della legge della gravitazione universale e la frase, tradotta in tante lingue, «La scuola è ricominciata - Studiamo insieme!». Il progetto partirà il 9 settembre da Milano per poi proseguire nei giorni successivi a Torino e Napoli.

### Hotwire si espande in Nord America.

Hotwire, agenzia di relazioni pubbliche e comunicazione integrata spinge sull'apertura di uffici pop-up nel continente americano. Oltre alle sedi di San Francisco e New York, il gruppo prevede infatti avere una presenza locale a Minneapolis, Boston e Città del Messico.

**Lenovo si allea con Ied.** Lenovo ha avviato in collaborazione con Ied (Istituto Europeo di Design) un contest tra 10 mila studenti di tutte le sedi europee dell'istituto per invitarli a creare il miglior design per la cover del nuovo ultrabook Yoga 920 Glass in edizione limitata - con una speciale copertura Gorilla Glass. Il vincitore del concorso, il designer italiano 2ienne Louis Aymonod, si è aggiudicato una borsa di studio sostenuta da Lenovo grazie al progetto «Vibes of Elegance».



Il nuovo ultrabook Yoga 920 Glass in edizione limitata

**Class**  
Il più suggestivo per vivere bene l'era digitale

IL primo  
LIFESTYLE MAGAZINE  
PER VIVERE BENE  
L'ERA DIGITALE

OGNI MESE  
IN EDICOLA

ClassEditori

[WWW.CLASSDIGITALWEEK.IT](http://WWW.CLASSDIGITALWEEK.IT)



[WWW.CLASSABBONAMENTI.COM](http://WWW.CLASSABBONAMENTI.COM)

DISPONIBILE PER

