



**Campings  
de Barcelona**

# **RUEDA DE PRENSA 2017**

**Asociación de Campings y C.V. de la Provincia de Barcelona**



Associació de Càmpings i C.V.  
de la Província de Barcelona

**RUEDA DE PRENSA CONVOCADA POR LA**

**ASOCIACIÓN DE CAMPINGS Y  
CIUDADES DE VACACIONES DE LA  
PROVINCIA DE BARCELONA**

---

**FECHA:** 27 de Septiembre de 2017

**LUGAR:** FOMENT DEL TREBALL - BARCELONA

**ASUNTOS:**

- Resultados de la Temporada 2017
- Política de Precios 2018
- Problemática y valoración de aspectos importantes
- Repercusión atentados del 17 de Agosto

---

## PRESENTACIÓN

La ASOCIACIÓN DE CAMPINGS Y CIUDADES DE VACACIONES DE LA PROVINCIA DE BARCELONA es una Agrupación de Empresarios del Sector del “Camping” y de ámbito provincial.

Como organización empresarial es miembro de FOMENTO DEL TRABAJO NACIONAL y de la C.E.O.E.

Como ente turístico forma parte de la FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESARIOS DE CAMPING Y CIUDADES DE VACACIONES.

Está en posesión de la “PLACA AL MÈRIT TURÍSTIC DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA”.

Ha sido la primera Asociación fundada en España del sector del camping.

Es la única en España que tiene CONVENIO LABORAL propio con U.G.T. y C.C.O.O.

El Presidente de la Asociación es :

D. FRANCISCO-JOSÉ CABALLÉ DE POL

## VALORACIÓN DE LA TEMPORADA POR MESES

### ENERO – FEBRERO

Para los campings cercanos a estaciones de SKI y LA NIEVE, ha sido muy buena temporada y se ha alargado hasta Semana Santa. Los pocos que están abiertos en invierno en el período de FIESTAS NAVIDEÑAS SE HAN LLENADO con auto-caravanas de franceses e italianos. Los campings con campistas permanentes se han quejado de que a pesar de tener las estancias pagadas, no lo han disfrutado.

### MARZO – ABRIL

Ya abren todos los campings. La Semana Santa al ser este año más tarde, ha sido mejor. Los Bungalows se han llenado al 100%.

### MAYO

El fin de semana del 1 de mayo ha sido flojo pero en los demás, la afluencia de gente ha sido muy grande. Al contrario, entre semana la ocupación ha sido muy baja. La FÓRMULA-1 ha sido mejor que estos años anteriores que había casi desaparecido incluso para los campings más próximos al Circuito.

### JUNIO

Los fines de semana la ocupación ha sido muy buena y entre semana un desastre, los campings vacíos. El Gran Premio de Motos G.P. ha repercutido incluso a campings bastante alejados del Circuito. Los Bungalows se han llenado al 100%.

Algunos EVENTOS MUSICALES en Barcelona y afueras han beneficiado a los campings.

### JULIO

Sorprendentemente peor que el año pasado que ya fue muy malo. Hasta el 18 de julio, los campings no empiezan a llenarse y es hasta finales de mes que no consiguen el lleno por lo que respecta a extranjeros puesto que los de aquí, solo se les ve al final de semana.

### AGOSTO

MUY BUENO, ALGUNOS CAMPINGS SE HAN LLENADO AL 100 % hasta el 20 de AGOSTO, que se produce el bajón importante. Los últimos diez días muy flojo, peor que el año anterior. En este mes hay muy buena ocupación tanto en la Costa como en el Interior.

## SEPTIEMBRE

Hasta el día 11 de septiembre los campings se mantienen abiertos para la clientela fija, después solo abren los fines de semana.

La afluencia de extranjeros los primeros diez días ha sido floja, las lluvias y el descenso de las temperaturas han influido. A partir del 15 de septiembre se vuelve a retomar las entradas habituales de estas fechas.

## RESUMEN

Se constata un retraimiento general que se salva puntualmente los fines de semana.

El mes de julio muy flojo.

El mes de agosto corto pero muy intenso. Del 7 al 16 de agosto muchos campings han tenido en Bungalows el 100% de ocupación. En parcelas se ha registrado entre el 85% y 95%.

El turismo del resto de España ha descendido al contrario que el de Cataluña y más el de cercanías, que aumenta. Se constata los desplazamientos más cortos.

La media del período puramente vacacional, se acorta.

Se observa movilidad, pocos días pero visitando varios campings.

Las tradicionales vacaciones estáticas de más de 20 días han desaparecido.

El largo y caluroso verano ha favorecido a los campings de costa en detrimento de los campings de interior y montaña.

Se nota un incremento de campistas que llegan por primera vez, especialmente los de cercanías que intentan descubrir el camping, les falta experiencia.

## VALORACIÓN POR NACIONALIDADES

### FRANCIA

Siguen estando en el primer lugar y destacados. Este año se ha notado la crisis que sufren, han venido menos y han gastado menos. Mayoritariamente han estado en el mes de agosto pero también en julio y más que en años anteriores. Nuestra cercanía favorece las estancias cortas, fines de semana y puentes y también EVENTOS. Están tanto en la costa como en el interior y montaña. Se mantienen las familias y descienden algo los grupos jóvenes. Incremento de auto-caravanas y furgones CAMPER, se mantienen las tiendas y descienden las caravanas. Se incrementa la ocupación en los BUNGALOWS y MOBIL-HOMES. A lo largo de toda la temporada se nota un ligero aumento.

### HOLANDA

Ocupan el segundo lugar y muy destacados de sus seguidores. Este año se incrementa el número y incrementan las estancias, más largas, se han concentrado más en el mes de agosto cuando habitualmente era en julio. La mayoría son familias, menos grupos jóvenes. Vienen con tiendas, aumentan las auto-caravanas y descienden las caravanas. Son por veteranía los más expertos y mejor preparados. Están en todos los campings, lo buscan todo y se lo conocen mejor, tanto la costa como montaña e interior.

### ITALIA

Han descendido este año. Se concentran en la primera quincena de agosto. Estancias muy cortas, grandes viajeros. Principalmente en auto-caravanas, también en BUNGALOWS, menos con tiendas. Viajan en grupos de 2, 3 ó más caravanas. Máxima concentración entre el 5 y el 20 de agosto. Antes eran grandes consumidores de restaurantes y ahora ni entran, su poder adquisitivo ha bajado muchísimo. En BUNGALOWS se mantienen y estos con jóvenes.

### ALEMANIA

Son los que mantienen el poder adquisitivo más alto de todos los europeos. Se concentran solo en algunos campings, son muy selectivos. Pocos con tienda y más auto-caravanas y se mantienen las caravanas pero el mayor incremento es en CAMPERS-VAN. Estancias más largas.

### BÉLGICA

Se mantienen familias y jóvenes. Con tiendas, auto-caravanas, menos caravanas y mejores ocupaciones en Bungalows. El poder adquisitivo menor, descienden en julio y agosto. Pocos en el interior, más en la Costa.

## **REINO UNIDO**

Ligero incremento en el Sur de Barcelona, preferible Sitges, en el resto menos. Continúan llegando con material de camping muy anticuado. Vienen con tiendas y caravanas, utilizan los bungalows, el nivel de consumo es estable.

## **PORTUGAL**

Ligero descenso, mantienen el poder adquisitivo, no frecuentan demasiado los restaurantes. Familia y algunos jóvenes. Con tiendas y también en BUNGALOWS.

## **DINAMARCA**

Salvo en algunos pocos campings, están a la baja. El poder adquisitivo alto, mayoritariamente en junio. Mayoría caravanas.

## **POLONIA**

Algún grupo numeroso ha estado en baja temporada pero en el resto muchos menos que en años anteriores que iban en aumento.

## **AUSTRIA**

Estable pero con ligero descenso. En baja temporada, gente mayor, buen nivel de gasto con auto-caravanas y caravanas, buenos campistas.

## **SUIZA**

Están en temporada baja y algunos en julio en la costa. Buen nivel de consumo, con furgonetas CAMPER, familias y gente de mediana edad. Son pocos.

## **ESLOVENIA – CHEQUIA – BULGARIA – RUMANIA – HUNGRÍA**

Muy pocos, todos en baja temporada, los más numerosos los rumanos, buena gente pero escasos medios. Los húngaros, que conformaban un cierto nivel, desaparecidos.

## PAÍSES MINORITARIOS

### COREA DEL SUR

Se iniciaron hace tres o cuatro años y están aumentando progresivamente. Son gente joven, viaja con tiendas, están estudiando o trabajando en Europa y en julio viajan, ahora ya con tour operadores propios que mueven grupos numerosos. A tener en cuenta con futuras procedencias asiáticas.

### PAÍSES SUDAMERICANOS

#### LOS QUE VIENEN DE SUS PAÍSES

Alquilan auto-caravanas y viajan por Europa. Barcelona es inicio o final de sus vacaciones. Son familias con hijos o parejas (de 4 a 6 personas). Amigos.

Brasil, Argentina, Uruguay y Chile; de los demás países muy pocos. Vienen en junio y julio, buen poder adquisitivo.

#### LOS QUE VIENEN RESIDIENDO EN PAÍSES EUROPEOS

Aumentan progresivamente, son familias con hijos y éstos viajan con tiendas o auto-caravanas. De Alemania, Holanda y Francia.

### DE PROCEDENCIAS VARIADAS Y PRINCIPALMENTE EN BAJA TEMPORADA

U.S.A.	Aumentan
NUEVA ZELANDA	Aumentan
SUD ÁFRICA	Aumentan
LITUANIA	Estable
ISRAEL	Estable
CANADÁ	Estable
RUSIA	Descenso
MARRUECOS	En tránsito, baja temporada
SUECIA	Descenso
FINLANDIA	Solo Eventos
NORUEGA	Descenso
LUXEMBURGO	Estable
TURQUÍA	Descenso
GRECIA	Descenso

TODAS ESTAS VARIADAS PROCEDENCIAS SON EN BAJA TEMPORADA Y NO LLEGAN EN SU CONJUNTO AL 2% DE OCUPACIÓN.

### **PORCENTAJE DE TURISTAS POR NACIONALIDADES**

Datos extraídos de CAMPING 100% TURÍSTICO

FRANCIA	41%
HOLANDA	25%
ALEMANIA	11%
ITALIA	8%
BÉLGICA	7%
R. UNIDO	5%
PORTUGAL	1%
RESTO PAÍSES	2%
	100%

### **ESPAÑA**

Este año el turismo procedente de España ha bajado y si no hubiera sido por competiciones deportivas, eventos, ferias y demás, el bajón hubiera sido importante. Ciertamente hay un turista español en tránsito a Europa que en algunos casos hace noche.

El que sí es constante es el turista de las BALEARES que normalmente hace noche.

Se han mantenido las procedencias de MADRID y COMUNIDAD, ARAGÓN y PAÍS VALENCIÀ.

Ligero descenso en los del PAÍS VASCO. Descenso de NAVARRA, RIOJA, GALICIA y ANDALUCÍA.

### **CATALUÑA**

LOS BUENOS RESULTADOS DE ESTA TEMPORADA SE DEBEN AL AUMENTO IMPORTANTE DEL TURISMO DE CATALUÑA. Incremento de gente que accede por primera vez al camping.

Los caravanistas que en estos últimos años abandonaron el Camping por la situación económica y tuvieron que vender su caravana o situarla en un PARKING, las están sacando situándolas de nuevo en CAMPINGS.

Aumento de ventas de caravanas. Aumento de transacciones y cambios, ventas de segunda mano. Aumento de gente que viaja con furgonetas CAMPERS. Aumento de gente que sale los fines de semana. Aumento de gente que utiliza tiendas y que compra tiendas nuevas. Aumento de gente en los BUNGALOWS. Aumento de gente que se inicia. Aumento de gente joven.

## RESUMEN

MUY BUENAS PRESPECTIVAS DE CRECIMIENTO GRACIAS AL DESCUBRIMIENTO DEL CAMPING POR MUCHOS.

La participación en ferias en Barcelona y en toda Cataluña.

Las campañas publicitarias en Radio.

DIFUSIÓN EN INTERNET Y REDES SOCIALES.

TODO ELLO ESTÁ DANDO SUS FRUTOS.

## RESUMEN DE LA TEMPORADA

PODEMOS CATALOGARLA COMO **BUENA**

EN GENERAL EL INCREMENTO HA SIDO ENTRE UN 5% Y UN 8%

LOS CAMPINGS DE COSTA HAN TENIDO MEJORES RESULTADOS PRINCIPALMENTE PORQUE LA DEMANDA ES COSTA Y TAMBIÉN INCREMENTADO POR LA CLIMATOLOGÍA, MUY INTENSO CALOR EN EL MES DE JULIO PRINCIPALMENTE.

EL TURISMO **CATALÁN** EMPUJA FUERTE

EL TURISMO **FRANCÉS** SE MANTIENE

EL TURISMO **HOLANDÉS** SE RECUPERA

BAJA TEMPORADA IRREGULAR

MES DE JULIO MALO

MES DE AGOSTO MUY BUENO

OCCUPACIÓN EN LOS BUNGALOWS AL ALZA

### **ASPECTOS POSITIVOS**

CLIMATOLOGÍA MUY BUENA

NO HEMOS PADECIDO INCENDIOS

NO HEMOS TENIDO LLUVIAS TORRENCIALES

EL TURISMO ESPAÑOL - CATALÁN AL ALZA

EL TURISMO EXTRANJERO SE MANTIENE

### **ASPECTOS NEGATIVOS**

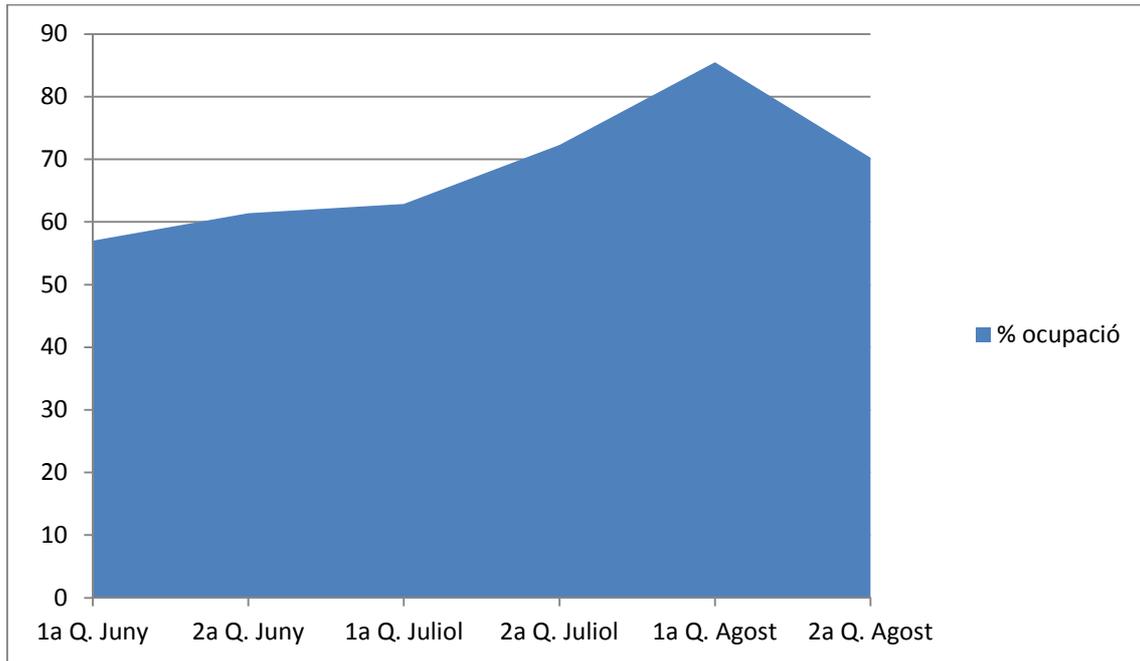
LA CRISIS QUE PADECE EUROPA SE DEJA SENTIR EN EL CONSUMO PRINCIPALMENTE EN RESTAURANTES Y SERVICIOS.

LA PERSISTENTE CAMPAÑA PRINCIPALMENTE EN BARCELONA, CONTRA LOS TURISTAS, HA PERJUDICADO MUCHO MÁS QUE EL ATENTADO DEL 17 DE AGOSTO.

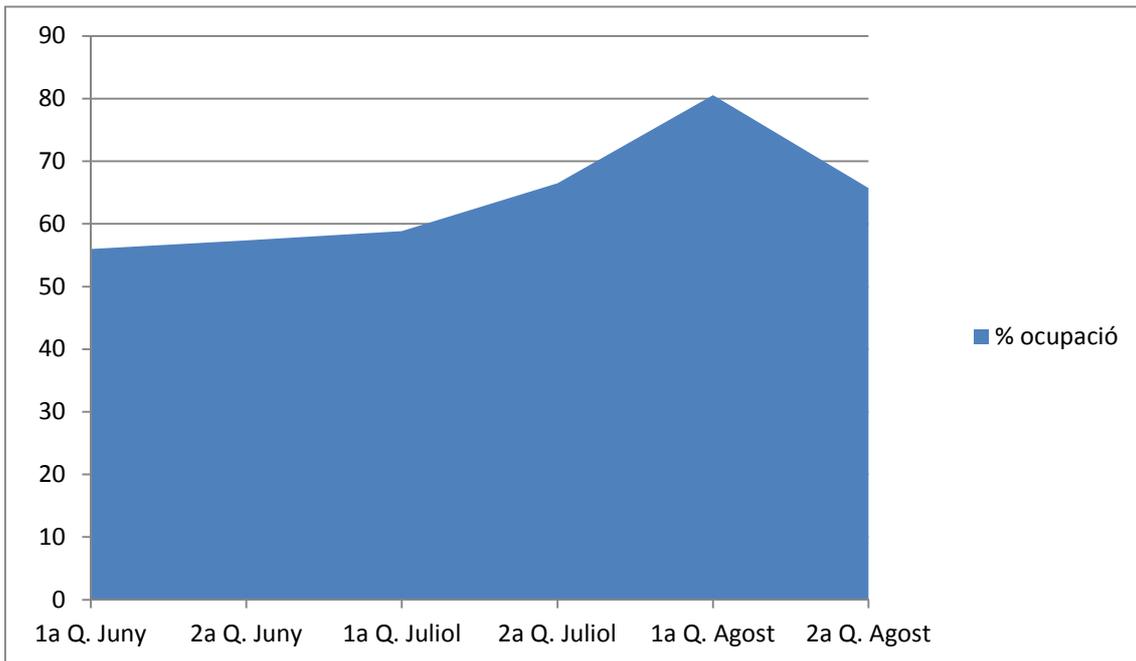
**ESTADÍSTICA OCUPACIÓN 2017**

ZONAS		JUNIO		JULIO		AGOSTO		PROMEDIO
		1ª Q.	2ª Q.	1ª Q.	2ª Q.	1ª Q.	2ª Q.	
<b>NORTE</b>	OCUP.	62,44	69,30	72,35	81,43	95,10	75,30	75,99
	TEMP.	80,77	73,20	55,03	57,37	53,26	54,65	62,38
	TURIST.	19,23	26,80	44,97	42,63	46,74	45,35	37,62
<b>SUR</b>	OCUP.	52,59	57,53	57,44	68,92	80,92	69,73	64,52
	TEMP.	86,92	54,89	65,84	50,48	27,48	32,80	55,56
	TURIST.	13,08	45,11	34,16	49,52	72,52	67,20	46,93
<b>INTERIOR</b>	OCUP.	56,01	57,34	58,85	66,49	80,54	65,74	64,16
	TEMP.	86,76	78,11	58,78	53,88	51,68	57,05	64,38
	TURIST.	13,24	21,89	41,22	46,12	48,32	42,95	35,62
<b>PROMEDIO TOTAL DE LA ASOCIACIÓN</b>								
<b>ASOCIACIÓN</b>	OCUP.	57,01	61,39	62,88	72,28	85,52	70,26	
	TEMP.	84,82	68,73	59,88	53,91	44,14	48,17	
	TURIST.	15,18	31,27	40,12	46,09	55,86	51,83	

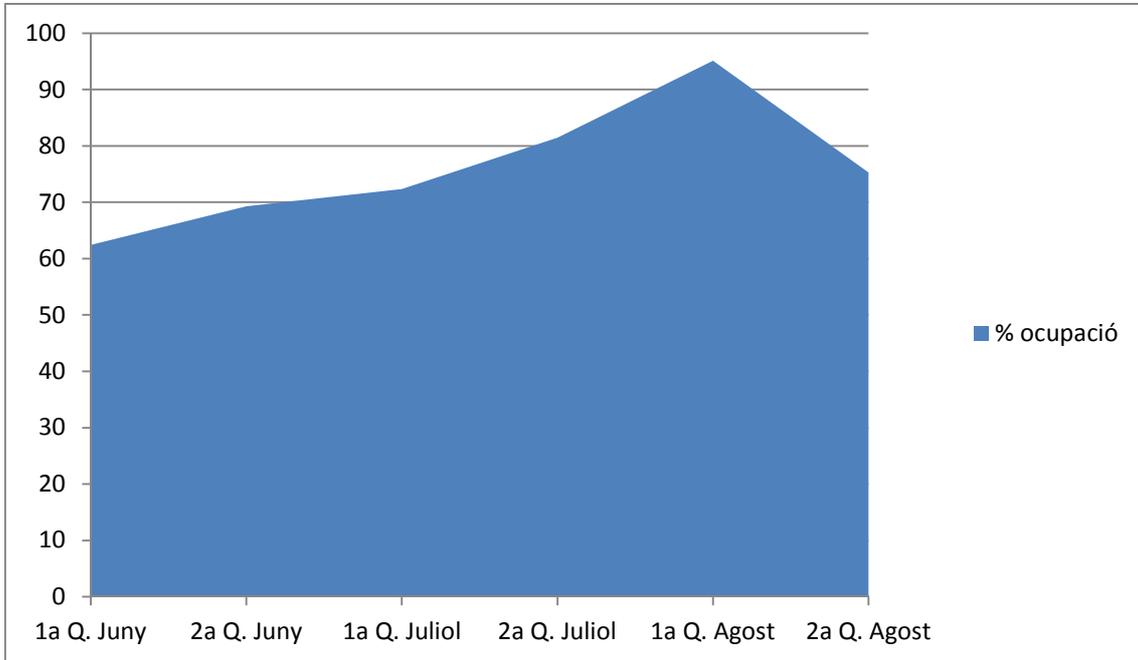
## EVOLUCIÓN OCUPACIÓN ASOCIACIÓN



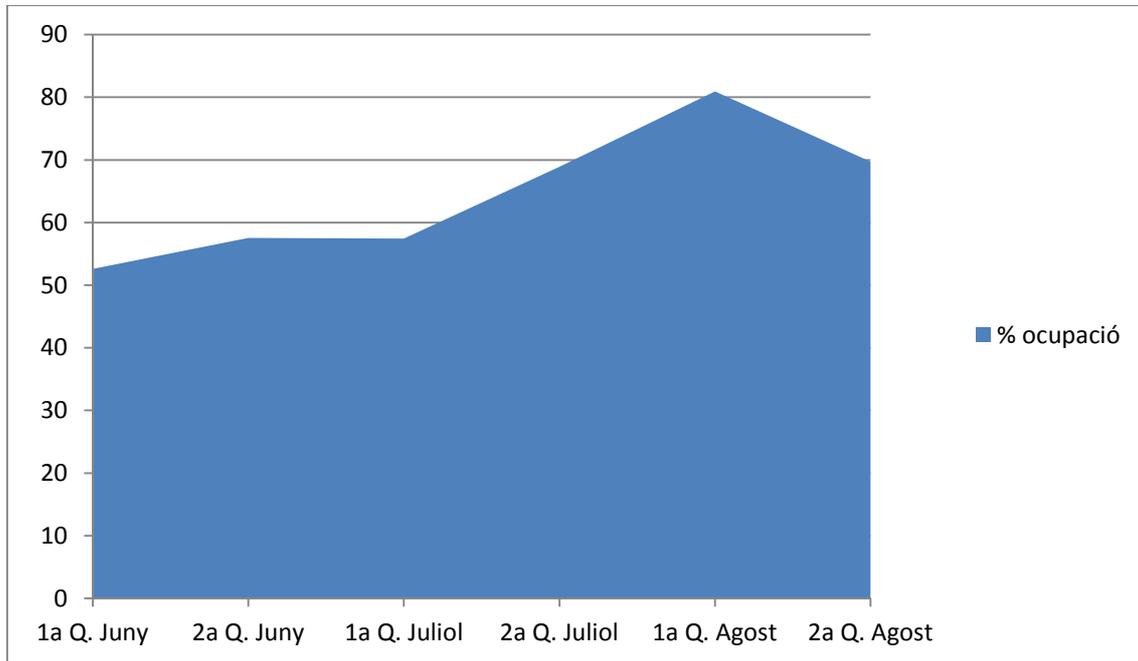
## EVOLUCIÓN OCUPACIÓN ZONA INTERIOR



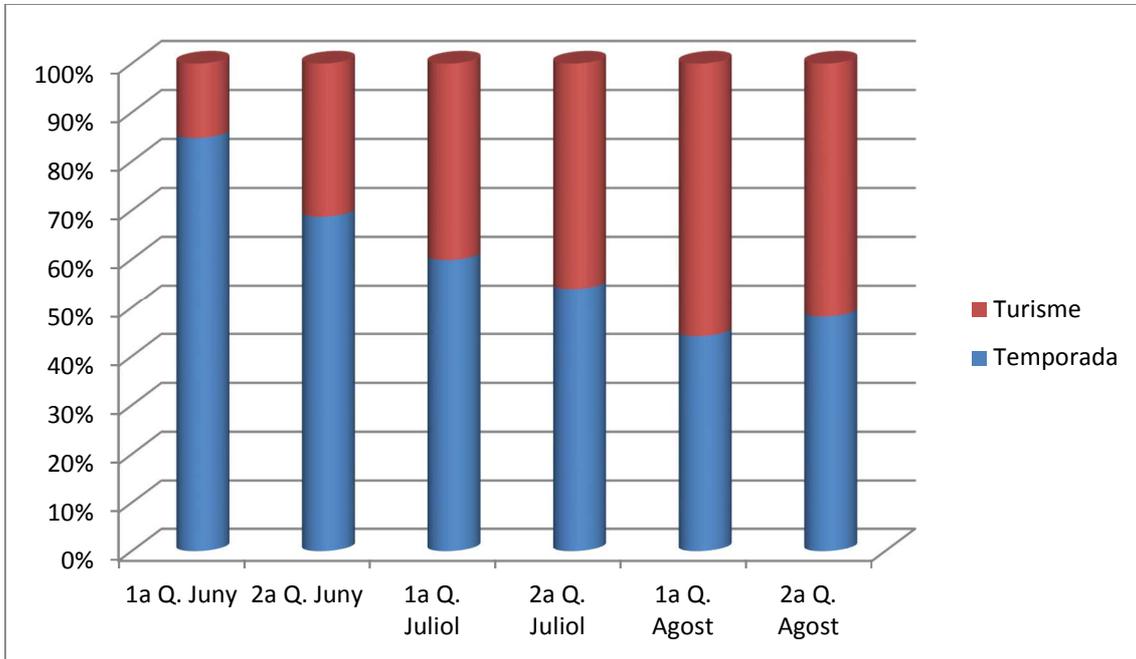
## EVOLUCIÓN OCUPACIÓN ZONA NORTE



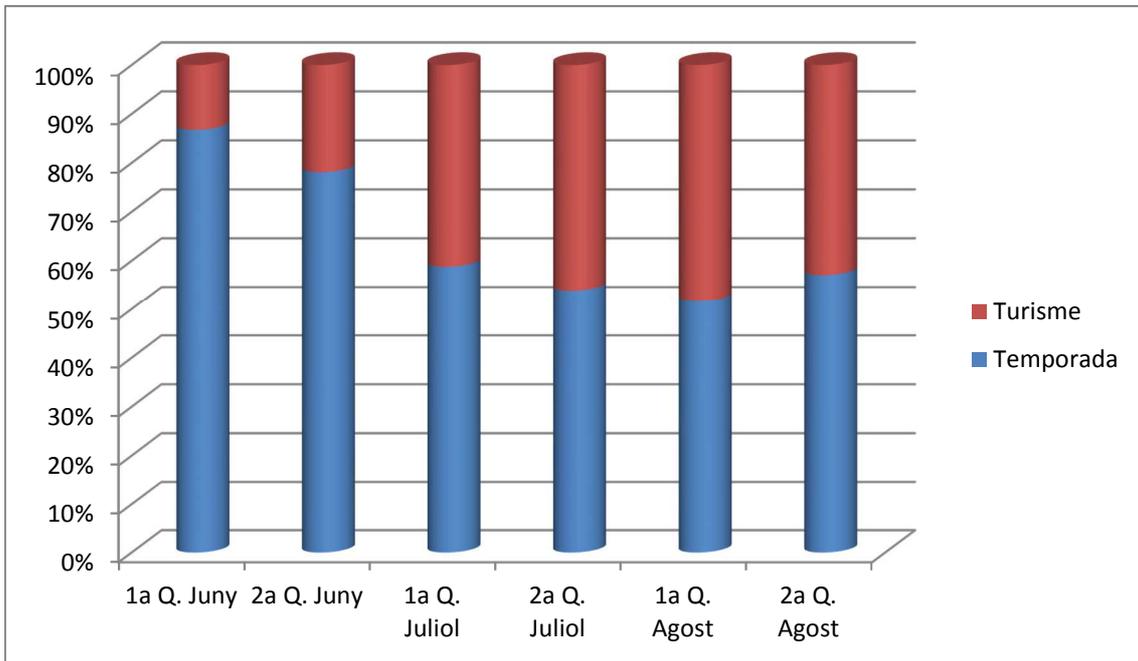
## EVOLUCIÓN OCUPACIÓN ZONA SUR



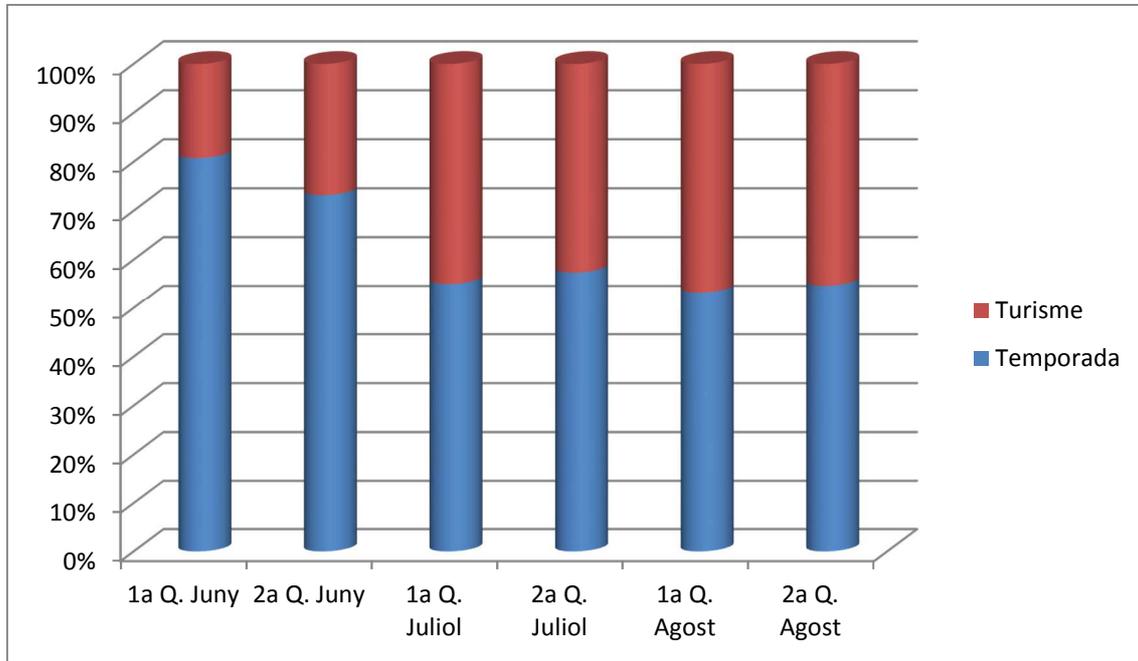
## RELACIÓN CLIENTES TEMPORADA/TURISTAS ASOCIACIÓN



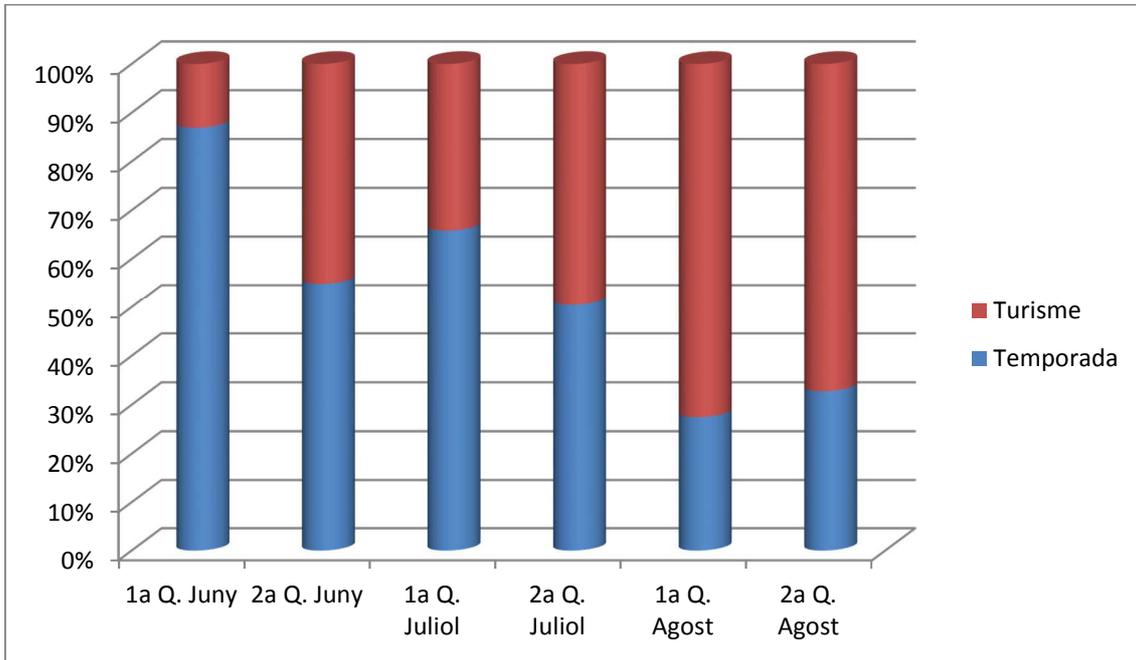
## RELACIÓN CLIENTES TEMPORADA/TURISTAS ZONA INTERIOR



## RELACIÓN CLIENTES TEMPORADA/TURISTAS ZONA NORTE



## RELACIÓN CLIENTES TEMPORADA/TURISTAS ZONA SUR



## PROBLEMÁTICA EVOLUCIÓN DEL CAMPING

### ASPECTOS IMPORTANTES

Las TIENDAS NO DESAPARECEN, se transforman, nuevos modelos de más fácil montaje pero en los meses de JULIO y AGOSTO son todavía un contingente mayoritario. Prevalecen tiendas pequeñas de montaje instantáneo o las tiendas muy grandes, las medianas desaparecen.

Variedad de colorido.

Mucha gente practica un camping versátil, lleva la tienda en el coche y tanto va a un hotel como se instala en un camping.

Se incrementan las AUTOCARAVANAS, la tendencia, más pequeñas o las monstruos, con coche incorporado en el interior. Pero el aumento más importante son los CAMPERS con gran variedad de modelos y las utilitarias FURGONETAS.

LOS BUNGALOWS y MOBIL-HOMES siguen en ALZA. En los meses de julio y agosto la ocupación está entre el 85% y el 100%.

SE ABRE UNA NUEVA MODALIDAD, EL "GLAMPING", mitad tienda, mitad caravana pero de GRAN CONFORT y LUJO, este trasladado al AIRE LIBRE y a la NATURALEZA.

También hay gente que viaja en BICICLETA, también a pie, incluso con PATINETE.

RESURJE NUEVAMENTE el AUTO-STOP y ahora el ORGANIZADO. EJEMPLO, ¡VARSOVIA! ¡BARCELONA! Y en preparación para el próximo año RACE AUTO STOP con una previsión de 1.500 participantes.

EVOLUCIÓN DE RALLYS NUEVOS, ESTE AÑO INICIO, UN NUEVO ROMA-GIBRALTAR, ETAPA EN BARCELONA CON 150 PARTICIPANTES.

UN BARCELONA – MARRUECOS (MOTOS 2º AÑO – 100 inscritos).

## NOTAS A DESTACAR

### ALTO GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Los que nos han visitado han salido contentos por el buen trato recibido y por la calidad de los servicios. También han visto muchas mejoras y novedades.

### SEGURIDAD ABSOLUTA DENTRO DE LOS CAMPINGS

Que contrasta con lo que hay fuera, sustracción de carteras y bolsos en la ciudad. Rotura de cristales en coches.

### SIGUE EN AUMENTO LA GENTE QUE VIAJA SOLA

Sean hombres o mujeres, jóvenes y de mediana edad.

### EL DAÑO QUE PRODUCE UN COLAPSO EN LAS CARRETERAS

Concretamente el 7 de agosto se produjo un colapso en las autopistas francesas que gente que viajaba en coche destino España, en Montpellier, para hacer 10 Km estuvieron 7 horas, lo que hizo desistir de su viaje, salir y alojarse en campings franceses. Esto supuso la pérdida de la reserva de aquella noche y algunos ya se quedaron en Francia.

### COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS, MENOS VENTAS DE ALCOHOL Y MÁS TRANQUILIDAD EN LOS CAMPINGS

Este año ha bajado la venta de bebidas alcohólicas por la crisis, principalmente franceses. Lo que ha reportado mayor tranquilidad en los campings.

### FRENAZO DE LOS CAMPISTAS QUE VIAJAN EN AVIÓN

No aumenta el número de campistas que viajan en avión y alquilan coche en el aeropuerto. Principalmente los alemanes, un 86% prefieren el coche para las vacaciones.

## POLÍTICA DE PRECIOS 2018

En la última Asamblea que se celebró el día 6 de septiembre, se debatió la política de precios para 2018. Se puso de manifiesto que la mayoría de campings han mantenido los mismos precios durante los dos últimos años, algunos 3 y hasta 4 años.

En estos años se han producido aumentos muy importantes en la electricidad, gas, agua, impuestos, tasas y gastos de mantenimiento en general, por lo que se hace imprescindible aumentar los precios, de lo contrario impediría a los campings llevar a cabo las obras necesarias de adecuación en las instalaciones.

Mayoritariamente el incremento estará entre el 3% y el 5%, dependiendo de cada camping, del desfase en que esté. También se evidenció la necesaria adecuación del servicio de suministro de electricidad y la mayor adecuación de incremento de amperaje para acomodarse a la demanda. También que en los campings en los últimos años se ha dejado de utilizar el CAMPING-GAS y hoy todo es eléctrico.

Los precios de BAJA TEMPORADA SEGUIRÁN IGUAL.

Los precios de OFERTA DE LA ASOCIACIÓN seguirán también igual, de 18 y 20 €  
2 PERSONAS + AUTO + CARAVANA o TIENDA + LUZ (I.V.A.), incluido por noche.

Los precios de TEMPORADAS que se aplican a los campistas permanentes se debatirán en próximas reuniones en cada zona.

Los precios que se aplican a los campistas fijos en caravanas son muy asequibles, rondan los 200 € al mes pudiendo disfrutar todo el verano y los fines de semana, puentes y festivos y Semana Santa.

## REPERCUSIÓN DEL ATENTADO DEL 17 DE AGOSTO

Hemos efectuado un estudio pormenorizado en todos Campings. Algunos de los campings más próximos a Barcelona tuvieron el mismo día 17 de agosto una afectación directa ya que algunos campistas estaban en las Ramblas y a escasos metros de la furgoneta, afortunadamente ilesos, y otros quedaron bloqueados en las Ramblas y algunos estuvieron en la Ronda de Dalt más de 6 horas. Naturalmente, cuando llegaron al camping cundió el pánico, algunos se marcharon en la misma noche otros al día siguiente, las cancelaciones numerosas.

En otros campings situados a 40 km. de Barcelona, la repercusión fue mínima y los situados a 70 km. de Barcelona ni se enteraron.

Por tanto, en líneas generales, la afectación ha sido poca. Es cierto que las reservas hasta el 10 de septiembre han tenido una ligera repercusión. Pero que a partir del 15 de septiembre se ha recobrado la total normalidad, ni se comenta ni se recuerda.

Afortunadamente pues, la repercusión ha sido pequeña. Si pasado un mes, no está afectando, confiamos en que para el futuro no nos afectará. Nuestra teoría es restarle importancia y que cuanto menos hablemos sobre ello, mucho mejor.

Nuestro pensamiento para el año que viene y preocupación, es que GRECIA está recobrando la normalidad y que CROACIA sigue empujando y nuestra OFERTA deberá ser más competitiva.