



**Campings
de Barcelona**

RUEDA DE PRENSA 2015

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: 16 de Septiembre de 2015

LUGAR: FOMENT DEL TREBALL - BARCELONA

ASUNTOS:

- Valoración de la Temporada 2015.
- Política de Precios 2016.
- Problemática y Valoración Económica del Sector.
- CONVENIO CON “UNIÓN CARAVANISTA DE CATALUNYA”.

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 TURÍSTICA 2015

- ENERO - FEBRERO** Los CAMPINGS que tienen ABIERTO TODO EL AÑO son muy pocos, los más son los que abren en invierno los fines de semana. El TURISMO EXTRANJERO que reciben los CAMPINGS en las fechas de Navidad hasta Reyes, ha sido flojo. Por el contrario, en los CAMPINGS más próximos a la NIEVE la temporada ha sido buena y larga.
- MARZO** Es el inicio de la temporada de los que tienen una temporada larga. Nota dominante, parece un cambio de tendencia, los clientes de largas estancias se estabiliza y se para el descenso de los tres últimos años. Se inicia una lenta recuperación.
- ABRIL** Con la SEMANA SANTA la ocupación en BUNGALOWS es buena, en CAMPING floja, y solo como un fin de semana.
- MAYO** El PUENTE DE MAYO tiene muy buena ocupación, el turismo extranjero, escaso.
LA FÓRMULA-1 el año pasado fue mala pero este año ni los campings más próximos se han enterado. NULO TOTAL. Ha dejado de tener interés. El resto de este mes ha sido bueno dentro de lo que representa la BAJA TEMPORADA. Empieza a moverse el turismo extranjero. En BUNGALOWS, la ocupación muy buena.
- JUNIO** Arranca la temporada con el campista nacional y los fines de semana resultan muy buenos. Algo más de turismo extranjero que en esta época; es variopinto y de gran variedad de nacionalidades. EL GRAN PREMIO DE MOTOS no llega a las cifras récord del año pasado pero su influencia abarca a muchos campings hasta 50 Km.
BUNGALOWS al completo. Mayoritariamente franceses pero aumenta tanto de catalanes como del País Vasco, Valencia, Madrid y Aragón.

SEPTIEMBRE Y FINAL DE TEMPORADA

El final de AGOSTO ha ido en descenso paulatino a partir del 20 de Agosto. A finales del mes de Agosto los niveles de ocupación estaban a mínimos. A primeros de Septiembre hemos tenido una leve recuperación, mejor que el año anterior.

Las vacaciones escalonadas en Alemania y en una parte con vacaciones escolares hasta el 13 de Septiembre se ha notado cuando en otros años los niños estaban ya ausentes. A partir del 15 de Septiembre ya casi todos los campings están cerrando y solo quedan abiertos los de todo el año.

En este período se notan muchas caravanas y autocaravanas en tránsito para invernar en Andalucía y Levante, aquí el clima no nos favorece.

VALORACIÓN POR NACIONALIDADES

FRANCIA

Un año más y sigue estando en primer lugar de nuestros visitantes y muy por encima de los demás. Está en todos los campings siendo el mayoritario tanto en la costa como en el interior y lo está a lo largo de toda la temporada. Mayor afluencia en Agosto. También en baja temporada fines de semana y puentes. Ha crecido y aumentado en todos los campings. Como nota a destacar, se han visto menos jóvenes; parejas, familias y jubilados, igual. Se nota que están sufriendo la crisis, gastan mucho menos, sobre todo en restaurantes y servicios de pago. Han acertado el número de estancias pero a pesar de todo sigue siendo básico.

INCREMENTO 15%

HOLANDA

Ocupan el segundo lugar como de costumbre. Es el campista clásico por excelencia, está en todos los campings, tanto costa como interior y montaña. Han venido menos en la primera quincena de Julio pero se han alargado en Agosto y menos pero también a primeros de Septiembre. Han aumentado las auto-caravanas y las tiendas, éstas de mayor tamaño, se mantienen las caravanas. Las familias con niños continúan siendo básicos. Menor cantidad de jóvenes y aumento de jubilados. Han gastado menos, se ha notado más en restaurantes. Se mantienen los días de estancia. Son los que hacen más RESERVAS, miran mucho las guías, precios y seleccionan campings.

LIGERO INCREMENTO 10%

ITALIA

Muy pocos en Julio, casi todos vienen en AGOSTO. Mayoritariamente AUTOCARAVANAS, pocas caravanas y muy pocas tiendas, aumentan en Bungalows. Menos jóvenes, se mantienen las familias, bastante numerosas siguiendo su hábito de mucha movilidad. Eran grandes consumidores de restaurante y este año la crisis que sufren se ha notado; las estancias si cabe, todavía más cortas. Continúan aumentando FUERA DE LOS CAMPINGS.

DESCENSO 10%

ALEMANIA

No están en todos los campings, son los más selectivos. En los que están, han venido más en temporada Baja, en Alta e incluso ahora en Septiembre porque una parte tiene vacaciones hasta el 13 de Septiembre. Aumento importante de las auto-caravanas, descienden las caravanas y aumentan las tiendas. Estables en BUNGALOWS. Jóvenes, parejas y familias. Son los que más gastan, no han acortado estancias. Aumento de jubilados en tránsito.

AUMENTO 20%

BÉLGICA

No están en todos los campings, los resultados son muy dispares, en algunos han bajado y en otros han subido y en algunos no se han visto. Se mantienen con auto-caravanas, caravanas y tiendas. Aumentan en bungalows. Los grupos de jóvenes ha bajado. Más en Agosto que en el mes de Julio como en años anteriores. El poder adquisitivo de estos ha bajado mucho.

DESCENSO 10%

REINO UNIDO

Aumenta su presencia en nuevas zonas, anteriormente estaban en la zona sur, Garraf. Es muy buen cliente, estancias largas, principalmente familias, también jóvenes. Después de los alemanes, los que más gastan.

AUMENTO 10%

PORTUGAL

El año pasado ya se notó una ligera recuperación y este año se ha mantenido. Principalmente familias, jóvenes muy pocos y mayoritariamente con tienda. Educados, serios y correctos, nivel de gasto contenido.

ESTABLE

AUSTRIA

Viajan con caravanas y aumento de autocaravanas, pocos con tienda, pocos en bungalows, estancias cortas. El nivel de gasto es bastante alto. Mayoritariamente familias, parejas y jubilados, poca gente joven. En Julio y en baja temporada.

ESTABLE

DINAMARCA	<p>Está descendiendo de forma paulatina, viajan mayoritariamente con caravanas y tiendas. Gente de mediana edad y jubilados. Se concentran en el mes de Julio. Nivel de gasto moderado.</p> <p><u>DESCENSO 10%</u></p>
POLONIA	<p>El año pasado habían bajado considerablemente. Este año se han recuperado. Sin lugar a dudas los que más vienen de los Países del Este. Son correctos, no gastan mucho pero hacen estancias medias. Mayoritariamente son gente de media edad y jóvenes, la mayoría con tiendas.</p> <p><u>AUMENTO 10%</u></p>
SUIZA	<p>Se concentran en Julio y baja temporada, con auto-caravanas, pocas caravanas y menos con tiendas. Vienen dos grupos, clase media-alta, auto-caravanas y bungalows, y clase bastante baja, jóvenes con tiendas, gastan poco.</p> <p><u>ESTABLE</u></p>
ESLOVENIA	<p>Las expectativas creadas de paulatino crecimiento durante los tres últimos años, el año pasado ya quedaron frenadas, este año se mantiene la tónica de debilidad.</p> <p><u>ESTABLE</u></p>
CHEQUIA	<p>Todos los que vienen son gente joven, de estancias muy cortas, menor cantidad que eslovenos, con pocas expectativas de futuro.</p> <p><u>ESTABLE</u></p>
LITUANIA	<p>Están creciendo, vienen grupos en autocares, muy correctos. También parejas, gente joven de los Países Bálticos. El mejor y con posibilidad de crecimiento aunque su poder adquisitivo es muy bajo. Para tener una idea comparativa el “mieurista de aquí”, allí está en 400 € mensuales.</p> <p><u>AUMENTO 5%</u></p>
AUSTRALIA	<p>Furgonetas y auto-caravanas (alquiladas) en Francia y Alemania. Viajan mucho, gente de mediana edad, buen poder adquisitivo. Preferentemente en baja temporada y en el mes de Julio. Son clásicos.</p> <p><u>ESTABLE</u></p>

PAÍSES SUDAMERICANOS

LOS QUE VIENEN DE SUS PAÍSES

Alquilan autocaravanas en Madrid o Barcelona, viajan por toda España y Europa. Son todo familias con hijos. Estancias cortas, siempre en primavera, Junio y hasta mediados de Julio, son de clase media y alta. Buen poder adquisitivo, de BRASIL-ARGENTINA-URUGUAY y CHILE, algunos de COLOMBIA y BOLIVIA. De AMERICA CENTRAL solo vienen algunos de COSTA RICA.

LOS QUE ESTÁN RESIDIENDO EN EUROPA

Aumentan progresivamente, familias. Estos vienen mayoritariamente con tiendas. Poder adquisitivo restringido. Llegan de Alemania, Holanda, Francia y también algunos de Suecia.

EN AUMENTO

PAÍSES MINORITARIOS QUE EN SU CONJUNTO NO LLEGAN AL 5% DE OCUPACIÓN.

HUNGRÍA

Familias con hijos y gente joven con tiendas.

ESTABLE

RUMANIA

Gente joven y parejas con tiendas que están residiendo en otros países europeos, inclusive España.

EN AUMENTO

LUXEMBURGO

Con auto-caravanas, familias y parejas de mediana edad, jubilados. En Julio, con gran poder adquisitivo (lástima que son pocos).

EN AUMENTO

NUEVA ZELANDA

Con auto-caravanas, parejas de mediana edad, mucha movilidad, buen poder adquisitivo, en baja temporada y Junio.

ESTABLE

RUSIA

Este año casi han desaparecido, muy pocos.

EN DESCENSO

MARRUECOS

La casi totalidad son residentes en Francia y Alemania, con tiendas, familias con hijos. Poco poder adquisitivo.

ESTABLE

CANADÁ

Cada año se ven menos pero este año, desaparecidos.

EN DESCENSO

U.S.A.

Es un aumento paulatino que puede tener un futuro. Suelen ser gente de mediana edad, muchas veces viajan solos.

EN AUMENTO

ISRAEL

Con auto-caravanas (alquiladas en Barcelona), familias, estancias medias.

EN AUMENTO

SUECIA – NORUEGA - FINLANDIA

Ya no llegan, los desplazamientos demasiado largos. Alguno esporádico, como anecdótico.

EN DESCENSO

UCRANIA

Algunos en Agosto. Ya no se contabilizan como puede ser TURQUÍA – GRECIA – BULGARIA – CROACIA.

EN DESCENSO

ESPAÑA

El turismo español despertó este año de su largo letargo. Se ha notado en general más en la costa que en el interior. En montaña, mejor.

Ha vuelto el campista que hace sus vacaciones aquí. Tenemos un importante contingente que sí es cierto TRANSITA A EUROPA pero también recala y hace unos días de estancia.

Se ha notado ya el incremento en baja temporada. Para los eventos, la llegada se hizo notar. Algún acto como la final de la COPA DEL REY resultó casi espectacular, la gran parte de gente venida del País Vasco, los BUNGALOWS a 50 km. de BARCELONA al 100% y muchos aprovecharon para hacer unos días de vacaciones. Otros eventos como conciertos y festejos, se han notado. En Junio la afluencia ha sido grande con el GRAN PREMIO DE MOTOS G.P.

Las procedencias mayoritarias de PAIS VASCO – MADRID – LEVANTE – ARAGÓN y ANDALUCÍA.

Muchos viajan con auto-caravana, bastantes con caravanas y menos con tiendas.

AUMENTO 15%

CATALUÑA

Campings que habían perdido muchas plazas de caravanas fijas por venta o por situarse en parking, han recuperado las plazas perdidas.

El proceso de recuperación es ya evidente y sostenido. Personas que hacía tres años no hacían vacaciones. Las estancias son cortas pero también se aprovechan los fines de semana y puentes.

Se nota un incremento de personas que se inician de nuevo. Este crecimiento ha sido determinante para los resultados finales. Los BUNGALOWS han tenido una gran ocupación para la gente de aquí. El gasto en servicios de pago es comedido, lo de antes no se volverá a ver.

AUMENTO 20%

PORCENTAJE DE TURISTAS POR NACIONALIDADES

Datos extraídos de CAMPING 100% TURÍSTICO próximo a Barcelona los meses de JUNIO – JULIO – AGOSTO – 10 SEPTIEMBRE.

Sirven de base orientativa y siempre efectuados en el mismo camping. Estos porcentajes difieren muchísimo uno del otro. En los campings del interior es muy diferente.

FRANCIA	41%
HOLANDA	23%
ALEMANIA	10%
ESPAÑA	8%
ITALIA	6%
BÉLGICA	5%
REINO UNIDO	4%
PORTUGAL	1%
AUSTRIA, SUIZA, POLONIA	1%
RESTO PAÍSES	1%
	<hr/>
	100%

LOS CAMPINGS DEL INTERIOR Y MONTAÑA

CATALUÑA	70%
FRANCIA	10%
HOLANDA	8%
ESPAÑA	5%
RESTO PAÍSES	7%
	<hr/>
	100%

RESUMEN

INCREMENTAN

Franceses, Holandeses, Alemanes, Ingleses, Polacos.

ESTABLES

Portugueses, Austriacos, Suizos, Eslovenos.

DESCIENDEN

Belgas, Italianos, Daneses y Nórdicos.

TURISTAS MINORITARIOS

INCREMENTAN

Lituanos, Australianos, Sudamericanos, Estadounidenses, Israelís, Luxemburgueses y Rumanos.

ESTABLES

Checos, Húngaros, Neozelandeses, Marroquíes.

DESCIENDEN

Nórdicos, Rusos, Canadienses.

TURISMO ESPAÑOL

Aumento general del 15%

Aumento por eventos: Final de fútbol, Gran Premio de Motos, conciertos.

Aumento de turismo en tránsito.

Aumento de tránsito de Baleares.

Aumento de turismo vacacional.

Principales procedencias: País Vasco, Levante, Madrid y Aragón.

Aumento de pernoctaciones en bungalows.

TURISMO CATALÁN

Aumento general del 20%

Aumento de campistas en temporadas largas.

Aumento de fines de semana.

Aumento de personas que se inician.

Aumento de pernoctaciones en bungalows.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

SERVICIOS DE PAGO

BAR - CAFETERÍA	Este mes de JULIO con el sofocante calor se ha incrementado el consumo de refrescos, cerveza y helados. Por lo general, se ha logrado frenar el descenso de los últimos años. Se logra una ligera recuperación.
RESTAURANTES	La gran mayoría de los campings este servicio lo tienen arrendado y por tanto los resultados se ignoran, pero aquellos que lo explotan directamente, han sufrido un pequeño retroceso. Los extranjeros en general han gastado menos. Por ejemplo, los italianos grandes consumidores, han bajado mucho. Los mejores, Alemanes y Holandeses.
SUPERMERCADO	Aquellos que tienen lejos las grandes superficies o centros urbanos, han trabajado bastante en lo clásico. Por encima de todo, pan, leche y derivados; frutas muy bien. Productos caros, cava y alcohol, mal. Se vende el vino barato.
PIZZERÍAS	Muy bien en aumento.
COMIDAS PARA LLEVAR	Platos cocinados, pollos, etc., muy bien.
LAVANDERÍA	Estable, fregaderos manuales en aumento, la poca ropa lo justifica. Los días de lluvia a tope.
INTERNET	Los quioscos de internet, pronto todos retirados.
TELÉFONOS	Pronto no quedará ninguno.

SERVICIOS GRATUITOS

PISCINAS

Las piscinas ya resultan un servicio elemental y existen muy pocos campings que no la tengan; pero además estamos en una segunda fase ya de remodelación, bastantes climatizadas y otras cubiertas. Son gratuitas.

SPAS

Empiezan a ser generalizados y algunos ya tienen gratuidad o con bonos cuyo coste es mínimo.

INSTALACIONES

DEPORTIVAS

Fútbol, baloncesto, volleyball, tenis, ping-pong y ahora ya muchos con pádel. Instalaciones nuevas con organización de competiciones y dotadas con animadores profesionales.

MINI-GOLF, GOLF

El mini-golf suele ser gratuito y hay muchos campings cerca de instalaciones de Pitch & Putt o Golf y ofrecen precios concertados.

ANIMACIÓN

Servicio totalmente gratuito tanto para peques como ahora ya para mayores, con profesionales muy preparados. Es un servicio que las familias valoran mucho.

WIFI

Hoy una gran parte de la población y sobre todo los jóvenes no pueden vivir sin estar conectados. Se puede prescindir de muchos servicios pero este es BÁSICO. La gratuidad se está extendiendo y llegaremos muy pronto a la gratuidad total.

LOS CAMPINGS ESTÁN COMPITIENDO EN LA GRATUIDAD DE LOS SERVICIOS PARA SUS CLIENTES.

ESTÁN EMERGIENDO NUEVAS MODALIDADES DE AVENTURA Y RIESGO QUE ESTÁN GANANDO MUCHOS ADEPTOS.

RESULTADOS DE LA TEMPORADA

Para dar resultados, tendríamos que darlos camping por camping pues no hay dos de iguales; y esto lo hemos podido detectar al hacer un estudio muy detallado.

Hemos analizado el conjunto de los campings valorando el total de las plazas y llegamos a un resultado que nos da un

INCREMENTO : 1'9
CALIFICACIÓN : BUENO

Vamos a detallar:

- CAMPINGS GRANDES MEJORES RESULTADOS QUE LOS PEQUEÑOS.
- CAMPINGS DE COSTA MUCHO MEJORES RESULTADOS QUE LOS DEL INTERIOR.
- CAMPINGS CON BUNGALOWS MEJORES.
- CAMPINGS CON RESIDENTES FIJOS LIGERAMENTE MEJOR QUE EL AÑO ANTERIOR.
- MES DE JULIO, SALVO POCAS EXCEPCIONES, MUY FLOJO.
- MES DE AGOSTO EN SU CONJUNTO, MUY BUENO.
- MÁXIMA OCUPACIÓN DEL 6 AL 20 DE AGOSTO.
- BUNGALOWS DEL 9 AL 17 DE AGOSTO, 100%.

EL TURISTA FRANCÉS ACUSA UNA CRISIS ECONÓMICA IMPORTANTE. TAMBIÉN EN LA MISMA LÍNEA, ITALIA Y BÉLGICA. EN MENOR INTENSIDAD, HOLANDA.

GRAN COMPETENCIA DE PRECIOS EN TEMPORADA BAJA.

TAMBIÉN EN EL MES DE JULIO HASTA EL DÍA 18, LOS CAMPINGS FRANCESES NO APLICAN PRECIOS DE TEMPORADA ALTA.

EL INCREMENTO DEL TURISMO NACIONAL, FACTOR DETERMINANTE EN LOS RESULTADOS GLOBALES.

NOTAS A DESTACAR

CLIMATOLOGÍA

El mes de JULIO ha ido extremadamente caluroso y fuera de lo habitual. Ha influido de forma muy negativa el extremo calor que ha sufrido EUROPA. En Alemania del norte, playas siempre desérticas, daban la impresión de costa mediterránea. Los campistas lo han aprovechado y se han quedado en casa, de aquí los malos resultados de Julio, solo han llegado aquellos con RESERVAS PAGADAS. El fuerte calor ha beneficiado a los campings de costa en detrimento de los de interior y montaña. La visita a Barcelona ha salido perjudicada, con un solo día tenían bastante, los campings cercanos lo han acusado mucho.

INCENDIOS

Afortunadamente no hemos tenido ni un solo conato de incendio en ningún camping y que dadas las altas temperaturas, hacía presagiar problemas de incendios, un milagro.

SEGURIDAD DENTRO Y FUERA DE LOS CAMPINGS

Un año más nos congratulamos que la seguridad dentro de los CAMPINGS HA SIDO TOTAL.

En BARCELONA, por los datos que tenemos, ha mejorado. También es cierto que hay más medidas de protección. Se recomienda que vayan en BUS o en TREN y los coches los dejen en PARKINGS.

Lo que sí ha empeorado son los robos y atracos en las áreas de descanso en las autopistas y dentro de la misma autopista, simulando una avería y aprovechando la ocasión para la sustracción dentro del coche.

ALTO GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Se han utilizado pocos "FULLS DE RECLAMACIÓ", la gente ha salido contenta por el trato recibido y la calidad de los servicios.

AUMENTO DE INTENCIONES DE IMPAGO POR CAMPISTAS FRANCESES

La crisis en FRANCIA se ha hecho notar, sobre todo a finales de temporada por el intento de evadirse del pago de estancias. Afortunadamente, los "MOSSOS" con su intervención decidida, han frustrado la tentativa de impago por cualquier excusa. El abandono de tiendas también por parte de franceses, se ha incrementado este año.

MENOR AFLUENCIA DE GENTE JOVEN BULLICIOSA EN LOS CAMPINGS

Han disminuido los grupos de jóvenes principalmente franceses, que originaban muchos problemas con el alcohol y drogas. Este año ha reinado más tranquilidad.

MENOS GRUPOS DE JÓVENES ORGANIZADOS PRINCIPALMENTE EN JULIO QUE VENÍAN EN AUTOCARES Y CON TIENDAS

Se han registrado muchos menos grupos de niños y jóvenes, tipo colonias, porque la mayoría, que están sufragados por Ayuntamientos, no se las han concedido fuera de su País y si han querido hacerlas, no han podido venir aquí.

AUMENTA EL NÚMERO DE FURGONETAS HABILITADAS PARA CAMPING

Se ha notado un fuerte incremento de furgonetas “VAN” preparadas para camping en sustitución de las auto-caravanas. Pero también muchas que son furgonetas comerciales de trabajo las utilizan para hacer CAMPING. Muchas de estas duermen fuera de los campings y por eso existe la demanda de “SOLO DUCHARSE”.

AUMENTAN LAS AUTOCARAVANAS

Pero principalmente con las “PEQUEÑAS AUTOCARAVANAS”, de las grandes hay menos.

LAS TIENDAS NO DESAPARECEN

Los “IGLÚS” bajan y se incrementa el volumen de las tiendas, algunas ya de gran tamaño, toda la familia en una cuando antes eran 2 o 3.

AUMENTO DE LOS CAMPISTAS QUE VIAJAN CON PERROS.

AUMENTO DE CAMPISTAS QUE VIAJAN SOLOS, TANTO HOMBRES COMO MUJERES.

CRECE LA DEMANDA DE BUNGALOWS Y BAJAN LOS PRECIOS.

POLÍTICA DE PRECIOS PARA EL PRÓXIMO AÑO 2016

El día 2 de Septiembre se celebró una ASAMBLEA EXTRAORDINARIA para debatir la política de precios para el próximo año 2016.

La casi totalidad de los campings acordó:

MANTENER LOS MISMOS PRECIOS DE ESTE AÑO

Un pequeño grupo acordó hacer pequeños recortes con un incremento del 1 ó 2% para aquilatar los costes en alza de la ELECTRICIDAD, AGUA e IMPUESTOS y SALARIOS.

La temporada BAJA se alarga y se acorta la alta. Algunos introducirán precios de MEDIA.

LOS PRECIOS DE TEMPORADA BAJA QUEDAN IGUAL.

LA OFERTA DE LA ASOCIACIÓN SEGUIRÁ IGUAL QUE ESTE AÑO:

1º GRUPO: 18 € por noche : 2 personas + auto-caravana + luz

2º GRUPO: 20 € por noche : 2 personas + auto-caravana + luz

Los campings que aplican las TARIFAS DE LARGA TEMPORADA DE 11 MESES, MANTIENEN LOS PRECIOS.

ESTAS TARIFAS ESTÁN OSCILANDO ALREDEDOR DE 200 € / MES todo incluido. Pueden disfrutar del camping del 20 de Junio al 12 de Septiembre, TODOS LOS DÍAS. El resto del año, todos los fines de semana de Viernes a Domingo, Semana Santa, puentes y festivos.

CON ESTA POLÍTICA DE MANTENER LOS PRECIOS, LOS CAMPINGS QUIEREN DARLO A CONOCER A LAS FAMILIAS Y QUE CREZCA EL NÚMERO DE PERSONAS QUE ENTREN. TODAVÍA ESTAMOS EN UN GRAN DESCONOCIMIENTO POR PARTE DE LA POBLACIÓN DE LAS VENTAJAS QUE OFRECEN HOY LOS CAMPINGS CON SUS INSTALACIONES Y SERVICIOS, SOBRE TODO LA QUE HABITA EN CIUDADES Y HOY YA NO ES UN GUSTO SINO NECESIDAD DE OXIGENARSE Y RELAJARSE.

PROMOCIÓN DE LOS CAMPINGS

A NIVEL PARTICULAR

Estamos realizando un estudio pormenorizado de cada camping para saber cual es el costo invertido en su promoción pero todavía no lo tenemos realizado y lo presentaremos el año que viene, pero podemos adelantar, a título orientativo, que un CAMPING de tipo medio sobre las 200 unidades de acampada, es decir, de 600 plazas, INVIERTE 12.000 EUROS AL AÑO en promoción. En WEB, FOLLETOS, FERIAS, GUÍAS, REVISTAS, DIARIOS.

A NIVEL DE ASOCIACIÓN

FERIAS

Con stand propio en Europa	3
Con stand compartido en Europa	3
Con stand propio en España	3
Con stand compartido en España	5
Envío de folletos y mapas en Europa	8
Envío de folletos y mapas en España	7

EDICIÓN DE FOLLETOS Y MAPAS

Folletos:	5.000 un.
Mapas:	10.000 un.
Otro material:	5.000 un.

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN CON PERIODISTAS Y CLUBS

Se han realizado varios con la colaboración de la Diputación de Barcelona y con ofrecimiento de estancias en los campings.

“TROBADA” DE LA ASOCIACIÓN

Cada año y al finalizar la temporada y casi siempre en Noviembre, realizamos un viaje dentro de España o en Francia con nuestros empresarios en el que también nos acompañan algunos medios del sector y donde hacemos una presentación de lo que es nuestra Asociación.

WEB DE LA ASOCIACIÓN

Estamos trabajando continuamente en mejorarla, dotándola de más y mejores contenidos para hacerla más atractiva y útil. Estamos también para muy pronto crear una nueva web. La Asociación tiene contratado a un equipo que está trabajando en una nueva imagen.

CARNET-TARJETA DE CAMPINGS BARCELONA

Hace ya dos años lanzamos nuestro primer Carnet de CAMPINGS DE BARCELONA y hoy ya estamos en un nuevo modelo que hemos presentado.

De momento nos sirve para impulsar las OFERTAS pero la intención es darle más prestaciones.

TENEMOS YA EN EL MERCADO 5.591 CARNETS.

OFERTA DE 10 x 1

Hemos lanzado una nueva campaña de promoción, consiste en una tarjeta en la que el campista tiene que alojarse en 10 CAMPINGS DE BARCELONA distintos y una vez completado con los 10 sellos, tiene derecho a un final de semana gratuito. Tenemos las dos modalidades, para BUNGALOWS y para PARCELA EN CAMPING sea con caravana-tienda o auto-caravana.

FACEBOOK ESPAÑA

Estamos trabajando en Facebook dotándolo de noticias de nuestros campings y ofertas y de los acontecimientos día a día. Tenemos en este momento 600 seguidores.

FACEBOOK HOLANDA

Dada la importancia del mercado holandés para nuestros campings, hemos contratado a un especialista que lo está iniciando y esperamos obtener con ello buenos resultados y consolidar este mercado.

PROBLEMÁTICA DEL SECTOR

Cada año al final de la temporada hacemos un repaso de los temas que nos preocupan y quedan pendientes a nuestros empresarios, pero este año creemos que nos encontramos ante una situación nueva y grave dentro de lo que puede ser nuestra actividad.

Esta Asociación es la más antigua de España, aquí nacieron los primeros CAMPINGS TURÍSTICOS denominados entonces como "ACAMPAMENTOS DE TURISMO" y que estaban encuadrados en el SINDICATO DE ACTIVIDADES DIVERSAS. En aquellos tiempos se tenía poco conocimiento de lo que en el devenir de los años han venido a ser hoy los CAMPINGS TURÍSTICOS, nada que ver en sus principios, terrenos vallados que acogían a extranjeros que querían disfrutar de unas vacaciones después de la Segunda Guerra Mundial y con unos servicios mínimos y precarios.

Aquí se fundó la primera Asociación de Campings llamada "ASETAT", después nacieron más campings en España a imitación de los pioneros de aquí. Y se fundó la "ANCE", Agrupación Nacional de Campings de España y que trasladó su sede a Madrid. Hasta el 1975, que con las Autonomías se crearon las diferentes Asociaciones Regionales o Provinciales.

Han pasado 55 años y en este período han nacido muchos CAMPINGS, hoy pilares fundamentales del turismo catalán y español y con reconocida solvencia en Europa. Aportamos mucho, hemos trabajado muy duro, paso a paso, consolidando unas empresas que tienen vocación de futuro.

Y es por eso, que a pocos días de unas elecciones en las que nadie sabe lo que puede ocurrir, tenemos que hacer un llamamiento a los POLÍTICOS para que tengan "SENY", no queremos divisiones, queremos diálogo sereno y constructivo. Por tanto hoy no importan los problemas pequeños ya que nos jugamos el futuro. Pongamos todos esfuerzo y confianza para que el próximo año podamos contrastar los problemas normales de cada temporada.

INFORME ECONÓMICO

Los datos que presentamos son los obtenidos a través de las informaciones que nos facilitan los campings asociados, por tanto no podemos garantizar una exactitud precisa en estos datos.

Para completar los mismos nos basamos en estudios realizados por la Universidad de Bilbao, conjuntamente con la Universidad de Barcelona y la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya y en las que también hemos participado nosotros.

Datos referidos a la provincia de Barcelona : 17.030 Unidades de acampada
51.090 Plazas/Persona

- 30.340 Plazas para campistas de larga estancia
- 20.750 Plazas Turísticas

51.090 Total

- 2.110 Bungalows (10.500 camas)
- 1.030 Mobil-Homes (5.180 camas)

Total 15.680 camas

Desde 1º de Junio hasta 31 de Agosto contabilizamos:

1.940.000 estancias

FACTURACIÓN DE LOS CAMPINGS

Por estancias: 35 millones de euros

Por servicios: 13 millones de euros

TOTAL 48 millones de euros

Estimamos que el gasto que los clientes hacen fuera del camping de promedio, es como mínimo el doble del importe abonado en el camping.

FACTURACIÓN EXTERIOR: 96 millones de euros

INGRESOS TOTALES: 144 millones de euros

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE UNIÓN CARAVANISTA DE CATALUNYA Y LA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS Y C.V. DE LA PROVINCIA DE BARCELONA

En la primavera de este año se iniciaron las conversaciones entre la Unió Caravanista de Catalunya y la Asociación de Campings de Barcelona y que terminaron con la conveniencia, por ambas partes, de firmar un CONVENIO de colaboración.

El día 13 de Mayo la Junta Directiva de esta Asociación firmó este CONVENIO.

En la Asamblea General de la Asociación celebrada aquí en Fomento el día 3 de Junio, se ratificó este CONVENIO. Por su parte, los órganos de Gobierno de la Unió Caravanista de Catalunya, lo aprobaron.

Por una parte, la ASOCIACIÓN DE CAMPINGS DE BARCELONA de BARCELONA, la más antigua de España, tiene una dilatada historia en el tiempo. Entre otras es la única que tiene CONVENIO LABORAL propio de España firmado por U.G.T. y C.C.O.O., las demás se integran en el CONVENIO DE HOSTELERÍA. Es una adelantada en el sector del camping y con la firma de este CONVENIO, así lo ratifica.

La UNIÓN CARAVANISTA DE CATALUNYA es la Asociación con más número de afiliados de Catalunya y también de España y goza de un prestigio Internacional con más de 2.000 asociados.

LA UNIÓN CARAVANISTA DE CATALUNYA gestiona un CAMPING TURÍSTICO, denominado "EMILI FREIXA K-3", situado en Manresa. Con la firma de este CONVENIO, queda integrado dentro de la Asociación de Campings de Barcelona con todos sus derechos y obligaciones.

Por su parte, la Unió Caravanista de Catalunya será la difusora de las acciones de la Asociación, AMBAS ENTIDADES INICIAN UN PROGRAMA DE ACCIÓN CONJUNTA EN DEFENSA DE LOS CAMPINGS Y DE LA ACTIVIDAD DEL CAMPING. HARÁN UN FRENTE COMÚN ANTE LAS INSTITUCIONES SEA GENERALITAT DE CATALUNYA, DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE BARCELONA, CONSELLS COMARCALS Y AYUNTAMIENTOS DE CATALUNYA.