

EDICIÓN PRIMAVERA 2021

El especialista en campings de referencia en Europa edita El Mundo ACSI. Como no podía ser menos, en esta edición abordaremos la complicada situación a la que se ha visto abocado el sector del camping a causa de la pandemia de coronavirus, pero también las nuevas oportunidades que pueden surgir y aprovecharse. Cederemos la palabra a propietarios de campings de toda Europa, daremos cifras, le daremos una muy buena noticia sobre la colaboración con camping.info y le ofreceremos algunos consejos para presentar su camping correctamente.

COLABORACIÓN ENTRE ACSI Y CAMPING.INFO

Los ciudadanos europeos cada vez compran y venden más por internet. Las dos mayores plataformas europeas de camping, ACSI y camping.info, aúnan sus fuerzas para crear un sistema europeo de reservas en este sector.

► Lea la entrevista con los dos directores ejecutivos en la **página 2**

AUMENTA LA VENTA DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS

La crisis del coronavirus ha hecho que muchos viajeros (re)descubran las ventajas de unas vacaciones de acampada. Así lo reflejan las cifras de ventas de caravanas y autocaravanas.

► Siga leyendo en la **página 5**

LOS CAMPINGS NOS CUENTAN CÓMO VIVIERON 2020 Y MIRAN AL FUTURO

ACSI ha preguntado a campings de toda Europa cómo vivieron el año pasado y hablamos de las previsiones para el futuro.

► Siga leyendo en las **páginas 6-11**

UNA BUENA PUBLICIDAD ES IMPORTANTE

El especialista alemán en marketing para campings Hannes Felix Müller da algunos consejos sobre cómo posicionar mejor su camping como marca.

► Siga leyendo en la **página 12**

EL EQUILIBRIO ENTRE EL SER HUMANO Y LA INFORMÁTICA

Si se ofrece la posibilidad de reservar en línea, debe seguir existiendo la opción de hablar con una persona. Los estudios demuestran que para los clientes es muy importante.

► Siga leyendo en la **página 13**

DESTINOS DE CAMPING EN EL PUNTO DE MIRA

Es estado austríaco de Carintia consiguió en 2020 afianzarse como destino de camping en el ACSI FreeLife TestTour.

► Siga leyendo en las **páginas 14 y 15**.

La colaboración europea es fundamental para el futuro del turismo en Europa

ACSI y camping.info unen sus fuerzas en las reservas en línea

Para muchos campings, 2020 fue un año para olvidar. El turismo en Europa ha sufrido un revés que todavía se siente en muchos países. Por su parte, los campistas están deseando irse de nuevo de vacaciones, tanto dentro de su país como al extranjero. Aparte de la vacunación y de contar con una normativa clara en relación con el coronavirus, una mejor colaboración a escala europea desempeña un papel clave. Lo que se echaba en falta hasta ahora era sobre todo la colaboración y la solidaridad en Europa. Si se puede extraer una lección del coronavirus es que, en tiempos de crisis, la cooperación es esencial.

Los campistas quieren poder reservar en línea con toda la comodidad

Resolver juntos los problemas es el motivo que ha llevado a unirse a las dos mayores plataformas de camping en línea. Desde este año, ACSI y camping.info unen sus fuerzas para que millones de campistas europeos puedan reservar campings con una sola conexión. Estas dos empresas familiares quieren crear juntas el mejor y más justo sistema de reservas europeo de campings. Lo

harán paso a paso y sin grandes promesas. Cada camping puede gestionar a través de ACSI o camping.info su disponibilidad para hacer reservas en línea. De esta manera, cada camping puede dar respuesta a las necesidades cambiantes de los campistas. Y es que está llegando una generación renovada de campistas que lo hace todo por internet y que quiere poder organizar sus vacaciones de acampada, para lo cual reservar en línea es fundamental.



Hablan dos empresarios de compañías familiares con tradición en el sector del camping
Ramon van Reine (ACSI) y Maximilian Möhrle (camping.info) hablan largo y

tendido en su entrevista, en la página 2, acerca de los motivos que han llevado a dos competidores a colaborar.

► sigue en la **página 2**

El certificado Covid-19 de la UE hará posible el turismo

Un pasaporte de coronavirus para toda Europa

El certificado COVID-19 de la UE debería volver a permitir el turismo en toda Europa la próxima temporada de vacaciones. Este documento especial de viaje, denominado también pasaporte Covid, tiene un funcionamiento muy sencillo. Todo aquel que haya sido vacunado, que haya pasado recientemente el coronavirus o que haya dado negativo en la prueba de coronavirus puede generar un código QR que lo certifique. El código QR se puede escanear para su verificación, por ejemplo, en pasos fronterizos o también para acceder a parques de atracciones, establecimientos de hostelería y campings.

¿Qué implica el pasaporte Covid para usted?

La normativa de su país es la que determinará si usted, como propietario de un camping, puede y debe escanear códigos QR. ¿Está usted obligado por la legislación nacional a controlar a sus clientes? Si es así, puede

hacerlo escaneando el código QR con un móvil o una tablet. El certificado Covid-19 de la UE garantiza que puede hacerlo respetando completamente la legislación en materia de privacidad.

El certificado COVID-19 de la UE es seguro

El código QR indica únicamente si una persona está autorizada a viajar, no los motivos para hacerlo. Por ello, nunca puede saber qué condiciones de viaje debe

cumplir una persona. Además, no puede preguntarlo, por tratarse de información médica de carácter personal. Junto al código QR, solamente puede ver el nombre y la fecha de nacimiento para verificar la identidad.



ACSI y camping.info unen sus fuerzas

ACSI camping.info Booking se lanza a mediados de mayo



Maximilian Möhrle (izquierda) y Ramon van Reine (derecha).

Los dos principales actores europeos en el mercado del camping, ACSI y camping.info, aúnan sus fuerzas con el lanzamiento de ACSI camping.info Booking. Así, los campings pertenecerán con un solo contrato a las dos mayores plataformas de reserva de Europa. Juntos lograremos unas cuarenta millones de visitas.

Ninguna de las dos empresas es una recién llegada al sector del camping. Ambas llevan años ofreciendo a los campistas la posibilidad de buscar y reservar un camping en línea. ACSI ofrece sus servicios a campistas de toda Europa a través de Eurocampings.eu, CampingCard.com y las correspondientes apps. Camping.info

es la mayor plataforma sobre campings del mercado en alemán. Ambas compañías estaban buscando cómo lograr que un número más grande de campistas pudiera reservar campings de una manera más sencilla y con menos dificultades.

Paso lógico

Que dos competidores colaboren es algo extraordinariamente raro, pero para el director ejecutivo de ACSI, Ramon van Reine y el de camping.info, Maximilian Möhrle, se trata de un paso lógico. «Queremos colaborar en aquellos ámbitos en los que podamos lograr soluciones juntos. Esto nos permitirá ofrecer un mejor servicio tanto a los establecimientos como a los campistas», asegura Maximilian. Ramon: «Conocí a Maximilian durante un congreso de acampada celebrado en el norte de Alemania, durante el cual realizó una presentación sobre reserva de campings en línea. Empezó su intervención preguntando al público cuántos de ellos pernoctarían esa noche en un hotel. Todo el mundo levantó la mano. A continuación preguntó si habían hecho la reserva por internet. Una vez más, todos levantaron las manos. Por último preguntó al público por qué motivo todavía no era

posible reservar campings de la misma forma. Ya había conseguido captar la atención de todos los presentes. Me impresionó mucho y quise hablar con él».

automoción, en la que se utiliza también una plataforma para diversas marcas de automóviles. Marcas que, para el cliente, compiten entre sí, lo que ACSI y camping.info seguirán haciendo de cara a los campistas».

Max Camping

Camping.info fue fundada en 2006 por el austríaco Erwin Oberascher. Creó una plataforma para campings al estilo de lo que era en aquel momento TripAdvisor para los restaurantes. La información sobre campings constaba de datos y evaluaciones de los propios campistas. Por su parte, Maximilian Möhrle creó en 2015 la plataforma de reservas en línea Max Camping, para la reserva de campings, especialmente alemanes. «No resultó sencillo, porque descubrí que no existía una buena infraestructura técnica para la reserva en línea de campings, por no hablar de que los propietarios de establecimientos temían las comisiones y estaban al tanto de las sensaciones negativas de los hoteles con respecto a Booking.com». No obstante, esto no arredró a Maximilian en su misión de conseguir que los campistas pudieran reservar por internet el mayor número posible de campings. En 2018, él y el director ejecutivo de Truma, Alexander

Maximilian Möhrle, director ejecutivo de camping.info:

«Como empresa familiar, tienes una perspectiva distinta: buscas la estabilidad en el futuro»

Cinco beneficios derivados de la colaboración entre ACSI y camping.info:

1. Con un solo contrato, se podrán hacer reservas con los líderes europeos del mercado (principalmente para campistas de los Países Bajos y Alemania)
2. No se hacen campañas de Google Ads en nombre de su camping
3. Su camping será conocido por nuevos campistas
4. Hecho por empresarios para empresarios
5. Conectado con su PMS o gestor de canales

Industria de la automoción

Y así fue. Maximilian y Ramon hablaron en varias ocasiones. «Enseguida conectamos. Yo quería saber qué pensaba Ramon de las perspectivas del mercado del camping. ACSI es líder de mercado en Europa, de modo que hay que tomársela en serio. En un momento dado, le dije que no me importaría en absoluto colaborar», añade Maximilian. Ramon: «Pusimos en común nuestros conocimientos sobre el desarrollo de software y creamos una plataforma que funcionará en ambos canales. Esto nos permite avanzar más rápidamente y conectar al mayor número posible de campings a la plataforma. Es comparable a la industria de la

Wottrich, tomaron las riendas de camping.info. «Era necesario realizar actualizaciones técnicas y nos resultó complicado encontrar desarrolladores para ello. Aun así, conseguimos reinventarla y modernizarla hasta convertirla en lo que es actualmente».

56 años de experiencia

ACSI fue fundada en 1965 por Ed van Reine, padre del actual director ejecutivo, Ramon van Reine. ACSI comenzó a funcionar desde muy pronto en internet. Ya en 1998 apareció la primera versión de Eurocampings.eu, disponible inmediatamente en cuatro idiomas. Desde entonces ha crecido hasta convertirse en una plataforma que ofrece



camping.info

Booking

información pormenorizada de nada menos que 9700 campings europeos en 14 idiomas. La información es recopilada por inspectores que revisan los campings anualmente. «Ahí es donde reside nuestra fuerza. Y así seguirá siendo», explica Ramon. Desde 2016, los campistas pueden reservar directamente una plaza de acampada o alojamiento desde Eurocampings.eu. Ramon continúa hablando de la colaboración: «Lo que cada empresa puede ofrecer a la otra representa un hermoso equilibrio. En lo que al software se refiere, nos complementamos perfectamente. Como vamos a desarrollar juntos, podemos avanzar al doble de velocidad en el desarrollo y la oferta de campings que si lo hiciéramos por separado. Por este motivo, en cuanto a los sistemas de Gestión de Propiedades, somos un actor atractivo con el que todo el mundo querrá relacionarse».

Campings sin preocupaciones

El éxito de la colaboración, según Maximilian, se basa en que ambos empresarios se atreven a pensar diferente. «No vamos a decir que nos vamos a convertir en los más grandes, pero sí vamos a trabajar paso a paso con los campings y, juntos, vamos a hacernos más fuertes. Ambos compartimos la misma visión. Nos esforzamos por prestar el mejor servicio a los campings. Queremos hacerles las cosas más fáciles a los campings». «Y, por supuesto, queremos que los campistas puedan reservar el mayor número de campings posible», añade Ramon.

Maximilian: «Ahorramos mucho tiempo a los campings. Imagínese al empleado de una recepción, por ejemplo, que está recibiendo continuamente llamadas haciéndole las mismas preguntas. Al menos, sobre la disponibilidad en un período determinado. Preguntas que también se pueden responder en un entorno de reserva fácil de utilizar. Si sumamos

ACSI como camping.info son empresas familiares. «Procedo de una empresa familiar, al igual que mi socio comercial, Alexander. Como tal, tienes una perspectiva distinta. No piensas a corto plazo, porque todo lo que haces y acometes tiene consecuencias para la siguiente generación.

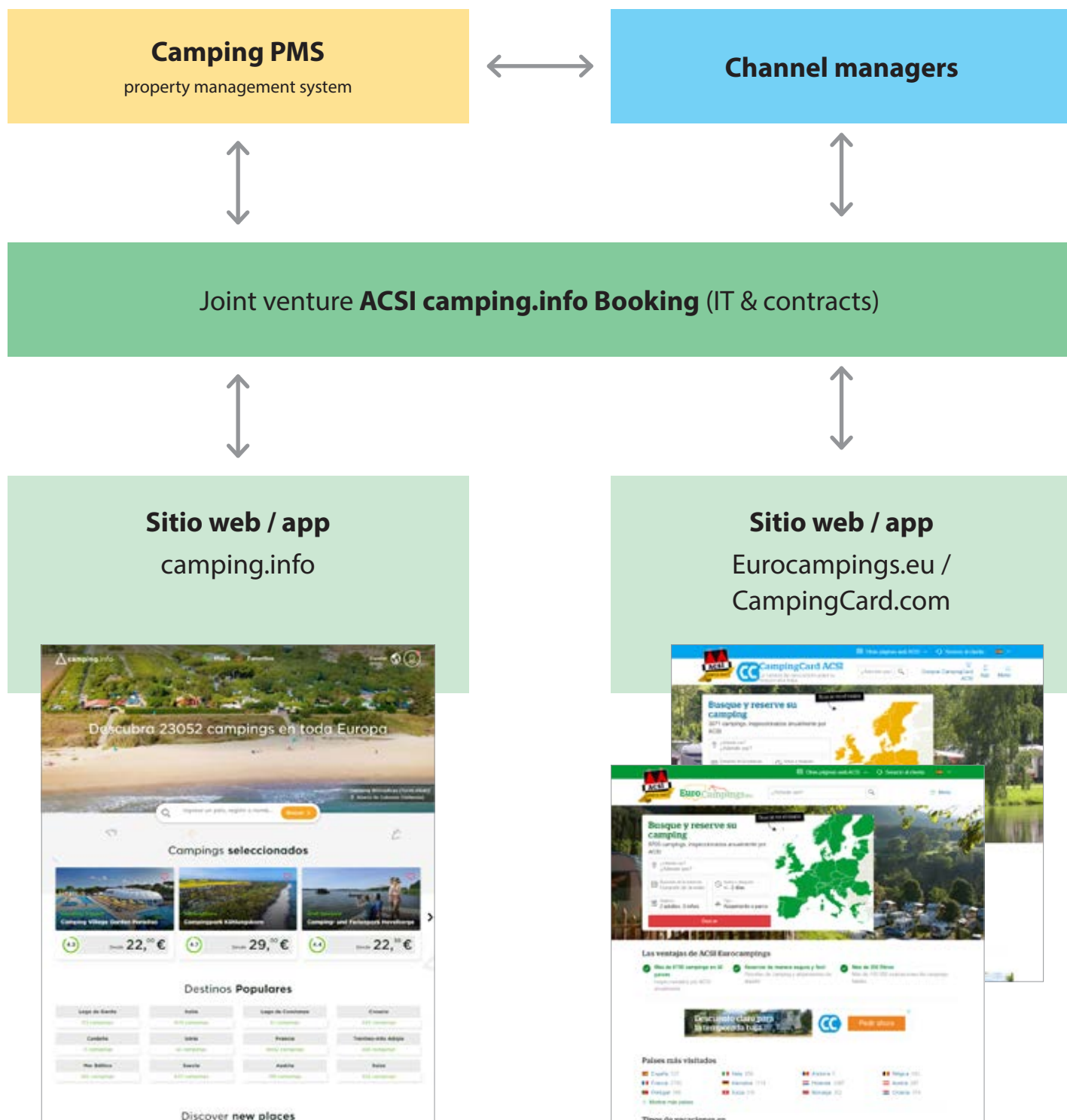
autocaravana, mientras que yo viajo con mi familia en caravana», añade Ramon.

Servicio

Ambas compañías se interesan periódicamente por saber qué quieren los campings, pero incluso sin esa cuestión, los dos directores hablan habitualmente con campings de toda Europa. Para ellos, la actitud de servicio al cliente es irrenunciable. «Bajo ningún concepto queremos abusar de la confianza que depositan en nosotros los campings. Ni hacer que sean dependientes de nosotros. Tan solo queremos prestarles un servicio mejor y más rápido, no solo cuando nos necesiten», destaca Ramon.

Socios de confianza

Maximilian está convencido de que esta colaboración vendrá bien a muchos campings. «Quizá les dé un poco de miedo que crezcamos tanto, pero queremos seguir aquí dentro de diez años, de modo que queremos trabajar de manera justa con los campings. Solamente colaboramos con aquellos campings que han optado por ofrecer su reserva a través de nuestros sitios web, por



«Con un único contrato, un camping tiene un alcance de 40 millones de visitas»

todas esas horas pasadas al teléfono y calculamos su coste para usted, como propietario del camping, quizá la comisión por cada reserva no le parezca tan mal. El recepcionista podrá dedicar todo ese tiempo a la interacción social con los huéspedes del camping y a prestar un mejor servicio, algo que un ordenador no puede hacer. Es decir, pertenecer a nuestros canales de reserva no solo supone una vía más de marketing, sino también un sistema de gestión».

Orientado al futuro

Otro factor de éxito es que tanto

Pretendes hacer las cosas bien para la siguiente generación, de modo que tomas decisiones a largo plazo. Decisiones tomadas no solo en función de los beneficios, sino de la estabilidad para el futuro. Por eso estoy convencido de que trabajar en el sector del camping nos viene como anillo al dedo, porque muchos de estos establecimientos son también empresas familiares que ven su camping de manera similar», asegura Maximilian. «Además, los dos atesoramos muchos años de experiencia en acampadas. Cada uno a su manera. Max tiene una

lo que no encontrará Booking.com en nuestras web. ACSI y camping.info son dos compañías completamente privadas. Ahí es donde reside nuestra fuerza. Los campings tienen en Ramon y en mí socios de confianza con una larga trayectoria en la industria. Juntos ofrecemos la mayor cobertura en Europa, lo que supone una gran oportunidad para un camping». Ramon agrega: «No vamos a publicar anuncios en Google con el buen nombre de un camping. Los campistas que ya conocen un establecimiento, lo reservan directamente con él. No pretende-

campista no le queda más que elegir y reservar directamente».

Cómo funciona

Aquellos campings que ya tienen firmado un contrato con una de las dos empresas no tienen que hacer nada. El acuerdo se hace extensible también a ACSI camping.info Booking. Los que todavía no forman parte de ellas tienen las puertas abiertas. La plataforma empezará a estar operativa a mediados de mayo. Ramon: «Entretanto, los campings han recibido por correo electrónico más información acerca de esta colaboración».

Ramon van Reine, director ejecutivo de ACSI:

«Queremos que los campistas puedan reservar el mayor número de campings posible»

mos actuar como intermediarios. Lo único que queremos es ofrecer a los campistas los mejores campings de una determinada región cuando hacen sus búsquedas. Al

Maximilian concluye, lleno de confianza: «Nuestro sistema tiene ya todo lo bueno que puede ofrecer el mercado y solo puede seguir mejorando».

Grandes diferencias en el número de pernoctaciones son visibles

Las cifras de 2020



Camping Estanyet en España

El año 2020 estuvo dominado por el coronavirus en el sector turístico. Los propietarios de los campamentos vieron una gran cantidad de cancelaciones. Fue emocionante: ¿qué pasará con la temporada alta y el otoño? Finalmente, se permitió que los campamentos volvieran a abrir. Finalmente, los campings pudieron abrir sus puertas de nuevo, pero la gran pregunta importante seguía: vendrán los campistas?

El número de pernoctaciones dice la historia: los campistas llegaron al camping. A veces en grandes cantidades, pero más a menudo en pequeñas cantidades. Prácticamente, ningún país ha registrado mejores cifras que las de 2019. Hay europeos, y a veces también regionales diferencias grandes. Y en comparación con los hoteles y alojamientos para grupos, por ejemplo, el sector de los campamentos destacó positivamente.

Países Bajos: -4 %

La Oficina Central de Estadísticas de los Países Bajos ha calculado que el número de alojamientos turísticos en los Países Bajos en 2020 disminuyó un 30 % con respecto a 2019. Los campings lo hicieron relativamente bien con un descenso del 4 %. En 2020, se pasaron 21 millones de noches en el Campings holandeses. El número de alojamientos de holandeses en su propio país sube un 10 %. Sin embargo, este aumento no fue suficiente para compensar la caída del número

de alojamientos de los huéspedes extranjeros (-42 %).

Grandes diferencias en Alemania

Alemania muestra muchas similitudes con los Países Bajos. El número de pernoctaciones en los campings fue solo un 5 % por debajo del año récord 2019, con más de 34 millones. Y de nuevo fueron los campistas nacionales los que salvaron la temporada. Los 32 millones de noches nacionales es un número récord de noches. Los 2,2 millones de pernoctaciones de campistas extranjeros fueron un punto bajo. Pero existen importantes diferencias regionales. Estados federados del norte, como Sajonia-Anhalt (+24,9 %) y Mecklemburgo-Pomerania Occidental (+10,8 %) lo hicieron bien, mientras que a Sarre (-22,6 %), Turingia (-15,1 %) y Baden-Wurtemberg (-15 %) la crisis les golpeó más fuerte.

Fuerte declive en Francia

Francia experimentó un tiempo de acampada extremadamente corto

en la que el número reservas hasta junio se quedó atrás.

Porque muchos franceses optaron por unas vacaciones en su propio país, los daños en julio y agosto se limitaron a solo entre un 10 y un 15 por ciento menos de reservas de lo normal. Aún no se conocen las cifras oficiales de la temporada, pero distintas fuentes anuncian una caída de entre el 15 y el 40 %. Sin embargo, las diferencias son notables. En este contexto, los campings con muchas parcelas libres y que dependían de los huéspedes extranjeros se vieron más afectados que los campings con muchos alojamientos de alquiler. Y debido al pertinaz calor en el Ardèche y en la Provenza, los campings del interior y de las montañas hicieron buen negocio.

Temporada de desastres en Italia

En Italia hay pocos puntos positivos que anunciar sobre el 2020. El sector del camping italiano depende en gran medida de los huéspedes extranjeros — sobre todo de los de Europa del norte—, algo que se refleja en las cifras. El número de noches de huéspedes extranjeros es 71 % menos que en 2019. Desde un punto de vista económico esto significa una disminución de más de treinta millones de euros en ingresos.

Declive en España

En España, la evolución de la temporada de acampada fue decepcionante. El INE calculó que el número de pernoctaciones en campings fue de 21,7 millón. Una bajada del 46,7 % con respecto a 2019. Aquí también faltaban los invitados extranjeros El número de noches de acampada para los campistas extranjeros disminuyó un 66,8 %. Mirando el sector turístico total en España, la participación del sector del camping aumentó Las pernoctaciones en campings representaron el 15 % del total, frente al 8,5 % en 2019.

Croacia muy afectada

Otro país que se ha afectado por la crisis de la corona es Croacia. En 2020, se realizaron más de 9,1 millones de alojamientos en campings y aproximadamente 1,3 millones de llegadas. Esto significa una caída del 53 % en los alojamientos y un 56 % en las llegadas

con respecto a 2019. El porcentaje del número de croatas que acampó en su propio país alcanzó un máximo histórico que llegó al 6 %. Sin embargo, de lejos insuficiente para soportar la caída de huéspedes extranjeros. Sobre todo fallaron holandeses (-82 %) e italianos (-77 %), pero también alemanes (-49 %), austriacos (-67 %) y eslovenos (-30 %) tuvieron menos opciones de llegar a Croacia.

Más cifras

En la mayor parte de Europa, también se anotaron datos en rojo. En este contexto, el número de alojamientos en campings en Austria disminuyó un 12,6 %. Dinamarca se marcó tantos en comparación con los Países Bajos y Alemania y mantuvo el daño con una caída del 3 %. La República Checa (+3 %) es uno de los pocos países donde las cifras de 2020 son mejores que las de 2019.

La dicotomía europea

Las cifras muestran claramente una dicotomía en Europa. Debido a las restricciones, el gran desplazamiento vacacional de los europeos del norte al sur de Europa no se ha producido. Los campings de estos países que dependen tradicionalmente y en gran medida de los huéspedes extranjeros han sufrido con dureza las consecuencias. En el norte de Europa se ha podido limitar el varapalo porque los turistas eligieron pasar las vacaciones en su propio país.



Estimado director o gerente de camping:

Nos encontramos al inicio de una nueva temporada de acampada. Suena de lo más normal, pero después del 2020 sabemos que todo puede cambiar mucho. Tras un año fatídico para el sector turístico, seguimos atenazados por el coronavirus, aunque afortunadamente parece que su fuerza se va debilitando. Todos esperamos un efecto positivo de las campañas de vacunación. A pesar de que el futuro es aún incierto, quiero mirar con optimismo hacia delante. Si bien la crisis del coronavirus nos ha golpeado a todos con dureza, también nos brinda un nuevo conocimiento este período tan singular.

«Never let a good crisis go to waste», dijo Winston Churchill una vez. Y esto es precisamente lo que

hicimos el año pasado. Pese —o quizás gracias— al coronavirus, hemos salido a buscar opciones. De esta manera, esperamos salir reforzados de esta crisis excepcional. En la página 2 ha podido leer acerca de la colaboración entre ACSI y camping.info. Hemos estado atareados todo el año entre bambalinas para mejorar nuestras apps y sitios web.

El año pasado nos pusimos en contacto de manera muy activa con nuestros campings, porque juntos queremos superar esta crisis. Les hemos preguntado a muchos de ustedes acerca de sus experiencias en 2020 y sus expectativas para 2021. Y su voz ha sido tanto positiva como negativa. Lamentablemente, todavía queda

un largo camino por recorrer en Europa. En este contexto, algunos países tuvieron un gran año en 2020 y esperan repetirlo en 2021. No obstante, otros temen las estrictas restricciones a nivel nacional. Encontrará toda la información a partir de la página 6.

Le deseo mucho ánimo para el año que viene,

Ramon van Reine
Director general de ACSI

La industria de las caravanas y las autocaravanas va bien ACSI prevé un futuro brillante

La pandemia del coronavirus no ha dejado intacto al mundo del camping. No obstante, los primeros rayos de luz asoman por el horizonte. Los datos de la industria europea de las caravanas y las autocaravanas muestran una evolución favorable. Este importante indicador también se notó en el creciente número de ventas de 2020, lo que resulta muy prometedor para los próximos años.

Las secuelas de la crisis económica provocaron un bajón en 2013, pero desde entonces la venta de caravanas y autocaravanas se recupera. La Federación Europea de Caravanas (ECF, por sus siglas en inglés) muestra que la venta de nuevos ejemplares en Europa ha subido un 11,6 % en 2020 con respecto a 2019. Y donde el mercado de caravanas se estabiliza un poco (−2,9 %), sigue creciendo el número de nuevas autocaravanas (+20,1 %). Además, diferentes fuentes apuntan a que el número de caravanas y autocaravanas vendidas de segunda mano también está creciendo. El BOVAG de los Países Bajos lo cifra, por ejemplo, en más del 40 % para las autocaravanas y en más del 7 % para las caravanas en los primeros meses de 2021.

Los Países Bajos país de acampada

Los Países Bajos tienen el renombre de ser el país de acampada de Europa. Viendo el número de caravanas y autocaravanas por cada 1000 habitantes, resulta bastante acertado. En ningún sitio la cantidad es tan alta. Y con un parque móvil de unas 567 000 caravanas y autocaravanas, los Países Bajos ocupan el cuarto lugar de Europa. Tan solo en Alemania, Francia y Gran Bretaña circulan más caravanas y autocaravanas.

Baten récords en Alemania

En esta lista, Alemania va con orgullo a la cabeza, y este país parece evolucionar cada vez más a un auténtico país de acampada. Alemania fue uno de los pocos países que apuntó cifras al alza en 2020 tanto en la venta de nuevas caravanas (+8,2 %) como de nuevas autocaravanas (+44,8 %). Asimismo, el comercio de vehículos de segunda mano subió enormemente. Con un volumen de ventas total de 12 500 millones de euros, la industria alemana de caravanas y autocaravanas creció nuevamente y cerró por séptimo (!) mes consecutivo con un récord.

Más mercados crecientes

Hay más países en los que la venta de caravanas y autocaravanas está en auge. Dinamarca, Suecia y Finlandia muestran un crecimiento notable en el número de nuevas caravanas vendidas. El número de nuevas autocaravanas vendidas en 2020 subió con fuerza en Austria (+74,2 %), Alemania, Suiza y, una vez más, en Dinamarca. Pero los mercados del este de Europa también ofrecen perspectivas. Polonia, sin ir más lejos, superó muy por encima las 100 000 caravanas y el número de autocaravanas vendidas aumentó en más de un 50 %.

Nuevos campistas

La creciente cifra de ventas en la

industria europea de caravanas y autocaravanas encaja en la imagen que ha surgido en los últimos tiempos. Acampar es la forma de pasar las vacaciones actualmente y cada vez más personas descubren o redescubren el camping. Por otro lado, las nuevas caravanas y autocaravanas ofrecen cada vez más lujo y confort, lo que encaja a la perfección con los deseos de este nuevo grupo de nuevos campistas.

Doble mensaje

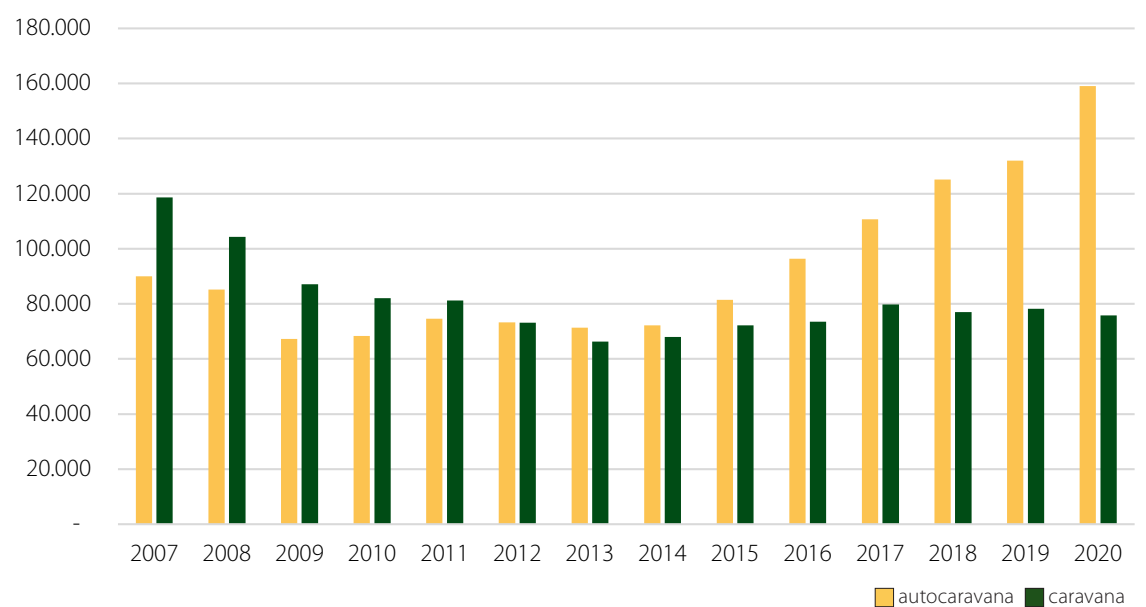
El creciente número de ventas puede parecer contradictorio con el cierre de campings y las restricciones de movilidad en este momento. Sin embargo, la industria de las caravanas y las autocaravanas es solo un indicador importante de lo que va a acaecer en el futuro. Los campistas que



adquieran ahora una caravana o autocaravana se pondrán en ruta los próximos años. Se están preparando para cuando llegue

el momento en que nos permitan y podamos hacerlo nuevamente. ¡Hay luz al final del túnel!

Número de nuevas caravanas y autocaravanas vendidas en Europa (2007-2020)



Revisión y perspectivas de futuro

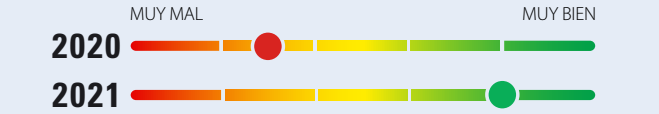
Los campings hablan del coronavirus

¿Cómo vivieron los campings de Europa lo sucedido el año pasado? ¿Cómo ven el futuro? ACSI ha hecho estas preguntas a 39 campings de 23 países europeos. Sus respuestas ilustran perfectamente cómo ha afectado el coronavirus durante el último año a los campings de toda Europa: desde Grecia a Finlandia y de Portugal a Suecia.

Las experiencias son bastante distintas entre sí. No es ninguna sorpresa, puesto que mientras algunos campings tuvieron un 2020 entre regular y bueno, pese a

la situación que todos conocemos, para otros fue uno de los peores años de su historia. De cara a 2021, todos los campings, desde el soleado sur hasta los extremos del norte y el este, confían en tener una temporada de vacaciones razonablemente normal. Llama la atención que los campings alemanes, en concreto, sean algo más negativos en cuanto a sus expectativas para la temporada en ciernes que sus colegas de otros países. Asimismo, muchos establecimientos manifiestan que las hermosas iniciativas y muestras de apoyo de sus huéspedes les han servido de gran ayuda.

Facturación en 2020 y previsiones de facturación para 2021



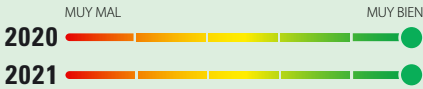
Hemos pedido a todos los campings que mencionamos en este artículo que nos hablen de sus cifras de facturación en 2020 comparadas con las de 2019, así como las expectativas que tienen para 2021 en comparación también con las de 2019. Lo representamos visualmente por camping con un valor situado entre muy malo (totalmente a la izquierda) y muy bueno (totalmente a la derecha).

**Neset Camping, Byglandsfjord ****



En nuestro caso, la temporada 2020 fue la mejor de nuestra historia. Tuvimos la suerte de que en esta región tan solo se produjeron tres brotes de coronavirus en todo el año, por lo que nuestros huéspedes se sintieron seguros y cómodos. Es importante que todos nos tomemos en serio la crisis del coronavirus y que seamos considerados con los demás. Asimismo, también es importante mantener todo limpio con detergentes antibacterianos. Limpiamos con mayor frecuencia de la habitual y mantenemos la distancia recomendada en todas partes. Para la temporada que comienza, confiamos en volver a ver a muchos huéspedes noruegues en nuestro camping. Y si el tiempo acompaña, pensamos que es posible que recibamos de nuevo a muchos clientes extranjeros.

«2020 fue la mejor temporada de nuestra historia»



**Alevi Camping, Stöllet**

Desde hace años, gracias al hecho de participar en CampingCard ACSI, somos un camping de clara orientación europea. Nuestros clientes proceden de al menos once países europeos. Este mercado había desaparecido casi por completo. Por ello, el año pasado recibimos con los brazos abiertos a muchos clientes suecos que no esperábamos. Gracias a ellos pudimos salvar en gran parte la temporada. Esperamos que estos viajeros vuelvan en los próximos años, sería una consecuencia positiva de la pandemia. No obstante, hemos sabido afrontar bien la situación de crisis. En los últimos años hemos trabajado mucho con objetivos, por lo que estamos acostumbrados a pensar en soluciones, lo cual nos ha venido de maravilla en estas circunstancias.

«Hemos aguantado bien la situación de crisis»





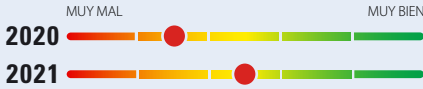
**Ranua Zoo Camping, Ranua**

Hasta el verano de 2020 no vimos aumentar el número de huéspedes. Como es natural, el resto de la temporada fue muy mala. Hemos dedicado mucha atención a la limpieza y desinfección del camping.

«Debemos cuidarnos bien mutuamente»

También recordamos constantemente a nuestros huéspedes la importancia de mantener las distancias, lavarse las manos y llevar mascarilla. Tenemos la suerte de haber recibido a campistas que aún no nos conocían o que ya nos habían visitado antes. Si hay algo importante que nos ha enseñado esta situación, es que nos debemos cuidar mutuamente. Para este nuevo año esperamos disfrutar de una temporada de acampada activa en nuestro maravilloso entorno.





**Horsens City Camping, Horsens**

«Los clientes se dieron cuenta de que estábamos haciéndolo lo mejor posible»

La temporada fue realmente mala, con muy pocos clientes. Sin embargo, a mediados de junio volvieron los huéspedes. El resultado fue que tuvimos el verano completo, sobre todo de clientes daneses. Normalmente siempre iniciamos la temporada con un desayuno de





Pascua todos juntos, pero no fue posible. Por eso preparamos un paquete gratuito con el desayuno para cada huésped. Los clientes se dieron cuenta de que estábamos intentando hacerlo lo mejor posible. Este período ha servido para darnos cuenta de que somos capaces de adaptarnos bien a las nuevas circunstancias. Tenemos muchas expectativas para la próxima temporada, sobre todo ahora que los daneses han descubierto las bondades de ir de acampada en su propio país.

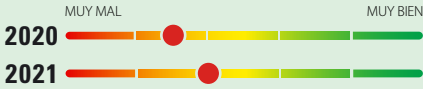
**Ardoer Camping De Heldense Bossen, Helden**



Marcel Timmermans

«Esperamos que el final del verano sirva de compensación»

La pretemporada de 2020 se estropeó por completo. Por el contrario, el verano fue bueno, aunque no logró recuperar las pérdidas anteriores. A fin de gestionar todo satisfactoriamente, instalamos en nuestro camping unidades adicionales de servicios y duchas, únicamente estaba permitido el baño durante una hora y media al día y se redujo al mínimo posible el contacto personal en la recepción. Por suerte, nuestros huéspedes entendieron que la situación era ajena a nuestro control. Lo que sucedió el año pasado demostró que dependemos demasiado de las autoridades, tanto para lo bueno como para lo malo. Esperemos que este año la temporada previa al verano vaya mejor y que podamos compensar un poco con un buen final de verano.



**Recreatiepark De Leistert, Roggel**



Angelique Joosten

«Podemos afrontar cualquier contratiempo. ¡Juntos, podemos con ello!»

Durante toda la pretemporada, el camping estuvo vacío. En torno a la Asunción y Pentecostés se abrieron algunas opciones con sanitarios privados, tiendas de glamping y el alquiler de otros alojamientos, pero de forma muy limitada. En resumidas cuentas, en 2020 perdimos bastantes ingresos. Mantener en 2021 las tarifas de 2020 durante un tiempo prolongado hizo que muchos clientes hicieran sus reservas y nos lo agradecieran mucho. La situación provocada por el coronavirus nos ha hecho darnos cuenta de que somos una empresa sólida y que somos capaces de hacer frente a cualquier contratiempo. ¡Juntos, podemos superar cualquier cosa! Pese a que somos optimistas, tenemos expectativas moderadas para este año, puesto que ya hemos perdido parte de la pretemporada.



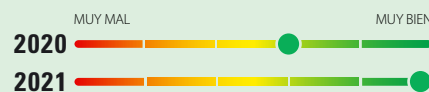
🇧🇪 Camping Houtum, Kasterlee

El primer confinamiento supuso una auténtica conmoción. ¿Qué nos deparará este año? Y, ¿cuál sería nuestra situación financiera de perder fechas tan importantes como Pascua, la Asunción y Pentecostés? Afortunadamente, tuvimos un buen verano gracias a que los belgas (re)descubrieron el camping en su propio país. A menudo nos llegan comentarios sobre lo sorprendidos que se quedan los clientes por lo bonita que es Bélgica. Es decir, una crisis a veces ofrece también una oportunidad. Y es que, como solamente se ha permitido el turismo nacional durante mucho tiempo, hemos ganado muchos huéspedes entusiastas. Por eso esperamos recibir de nuevo a muchos belgas este año en nuestro camping.



Jakke y Vic

«A veces, una crisis ofrece también una oportunidad»



🇩🇪 Europacamping Nommerlayen, Nommern

Somos un camping grande con una gran cantidad de personal, por eso decidimos no abrir hasta el 1 de junio de 2020. Al hacerlo, perdimos una parte de la pretemporada. Por desgracia, la temporada alta vino a medio gas, porque los clientes alemanes y belgas no

«Al final siempre sale el sol»

podían viajar a Luxemburgo. El resultado es que recibimos numerosas cancelaciones. El empeoramiento de la situación hizo que el fin de temporada tampoco fuera demasiado bueno. Tenemos la suerte de haber recibido el apoyo de los huéspedes, que nos enviaban chocolatinas y flores, por ejemplo, o nos daban más propinas. Nos ha venido muy bien. Intentamos seguir siendo positivos y no darnos por vencidos. Al final siempre sale el sol.



Eline Buehre (a la derecha)



🇩🇪 NordseeCamping in Lee, Westerdeichstrich

Ni que decir tiene que 2020 fue un año especial, con una temporada que no arrancó hasta mayo y que se prolongó hasta octubre. Eso sí, cuando por fin pudieron venir los clientes, estaban muy contentos. Incluso al principio, cuando tuvimos que mantener cerradas las instalaciones sanitarias, apenas hubo cancelaciones. Nuestras

«Nuestras normas de higiene se cumplieron a la perfección»



normas de higiene funcionaron estupendamente y se cumplieron a la perfección. Nosotros pensamos que esta es también la forma de combatir esta crisis. Por eso nos resulta incomprensible que los campings alemanes se estén quedando atrás a la hora de flexibilizar. Esto hace que seamos pesimistas para la temporada de acampada de 2021. Por suerte, las expectativas a largo plazo son mejores.



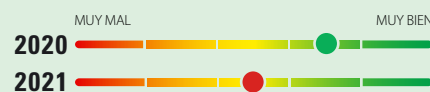
🇩🇪 Strandcamping Waging am See, Waging am See



Niki Jebinger

Durante la crisis del coronavirus hemos intentado adaptarnos al máximo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Por ejemplo, condiciones de cancelación más flexibles, un programa de animación en línea y una playa privada de uso exclusivo para los campistas. Estas medidas han tenido una gran acogida entre los huéspedes. Los clientes también nos han ayudado en forma de pagos anticipados por reservas anuladas que no hubo que reembolsar. Si algo hemos aprendido durante este último año, es que es muy importante ofrecer a nuestros clientes condiciones flexibles a la hora de hacer sus reservas. Ir de camping es una actividad que está ganando en popularidad, lo que nos permite afrontar el futuro con confianza.

«Afrontamos el futuro con confianza»

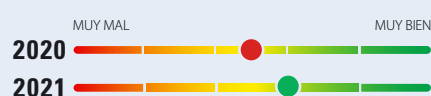


🇨🇭 AlpenCamping, Meiringen

Afortunadamente, el año pasado fue muy bueno para nosotros. Hasta el 6 de junio no pudimos abrir, y aun así conseguimos alcanzar las mismas cifras de 2019. Desde 2020 nos hemos percatado de que ahora en Suiza nos ven como proveedores de alojamiento y no tanto como un establecimiento de spa y tiempo libre. Son muchos los clientes que nos han agradecido que tuviéramos abierto nuestro establecimiento. Es muy positivo. Sin embargo, otra cosa que hemos aprendido es que las políticas de las autoridades locales pueden ser bastante impredecibles. No obstante, esperamos que 2021 sea un buen año.



«Esperamos que 2021 sea un buen año»

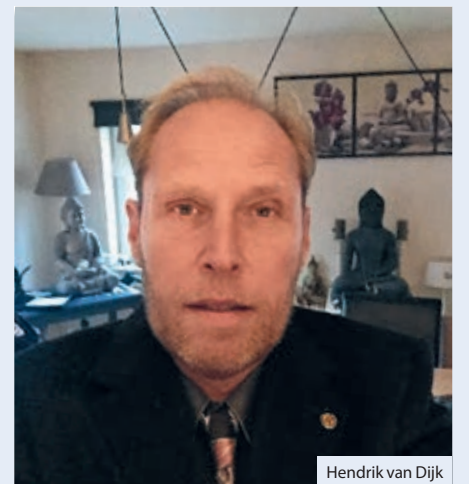


🇩🇪 Campingplatz Moselhöhe, Heidenburg

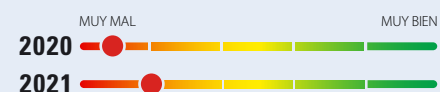
Por desgracia, tuvimos una pérdida considerable de facturación porque nos vimos obligados a abrir más tarde de lo habitual. Y no pudimos compensarla durante los meses en los que sí recibimos clientes. Eso sí, la alegría que sentimos al volver a abrir, tanto nosotros como nuestros huéspedes, fue increíble.

Para compensar a nuestros clientes, que no pudieron acampar durante toda la temporada, decidimos no aumentar los precios en 2020, y ellos lo agradecieron. Lo que hemos aprendido de la crisis del coronavirus es que nunca debemos dar por sentadas ni la vida ni la salud.

«Decidimos no subir los precios»



Hendrik van Dijk



🇩🇪 AZUR Campingpark

Hasta que abrimos nuestros campings en junio de 2020 lo pasamos bastante mal. Sin embargo, con el paso de los meses acabamos muy satisfechos. No obstante, para nosotros es totalmente inaceptable el cierre desde noviembre de 2020 hasta la fecha. Al ofrecer una mayor flexibilidad en los procedimientos de reserva y en las condiciones de cancelación y centrarnos en

«Debemos pelear por nuestra supervivencia»

ofrecer la posibilidad de reservar en línea, hemos dado respuesta a las demandas de nuestros clientes. El año pasado aprendimos cómo gestionar una crisis y luchar por la supervivencia de nuestros campings. Las cosas no pueden seguir como están ahora. Por otra parte, también pensamos que se está castigando de forma desproporcionada al sector del alojamiento. Esto hace que alberguemos bastante incertidumbre hacia nuestro futuro.



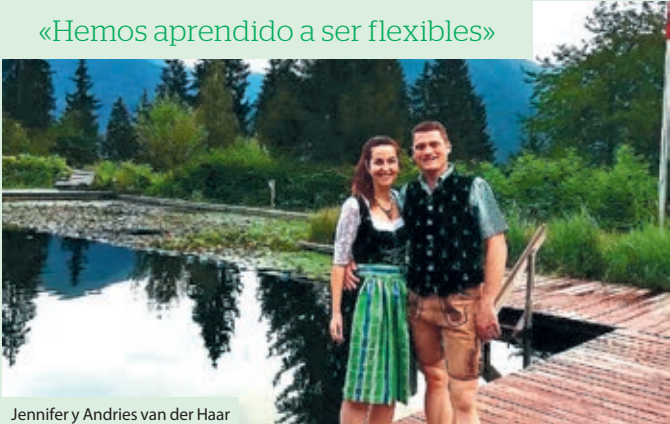
Oliver Frank



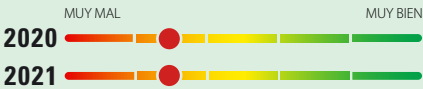
Alpenferienpark Reisach, Reisach

El año pasado recibimos una gran cantidad de cancelaciones y cambios en las reservas. Asimismo, se produjo un descenso del 20 % en el número de pernoctaciones. En caso de cancelación, ofrecimos la posibilidad a los clientes de aplazar la reserva al año siguiente (sin coste adicional). Por suerte, muchos campistas escogieron esta opción. También fue muy reconfortante el gesto que tuvieron muchos clientes que, en lugar de aplazar su fianza a la temporada siguiente, nos dieron una nueva fianza. La situación provocada por el coronavirus nos ha enseñado que debemos ser flexibles.

«Hemos aprendido a ser flexibles»



Jennifer y Andries van der Haar



Camping Leiputrija, Adazu Nov.



Agris Perro

Somos un camping tranquilo situado en Letonia, por lo que dependemos sobre todo de los viajeros internacionales, de los que recibimos menos en 2020. Es cierto que se produjo una especie de «burbuja báltica», pero aquí la acampada no tiene tanta tradición como para que nos visitaran muchos campistas nacionales. Lo cierto es que solo pudimos funcionar bien desde mediados de junio hasta mediados de agosto. La gran depen-

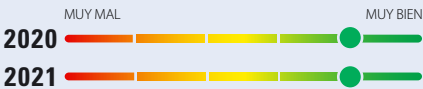
«Tenemos una gran dependencia de los clientes extranjeros»

dencia que tenemos de los clientes extranjeros, y la voluble política en Europa, hacen que nos resulte muy difícil hacer una previsión para 2021. Letonia tiene mucha naturaleza y espacio que ofrecer, pero para disfrutarla, primero tienen que poder llegar hasta aquí los viajeros.



Camping Bled, Bled

El confinamiento nos obligó a mantener cerrado hasta el 12 de junio de 2020, cuando normalmente ya estamos abiertos el 1 de abril. La gran confusión reinante acerca del cierre de fronteras hizo que nuestro departamento de reservas tuviera mucho trabajo con la cancelación, modificación y confirmación de reservas. Una vez se levantaron las limitaciones a la movilidad entre fronteras, tuvimos una buena temporada de verano. Al final, la facturación fue similar a la del año 2019. El coronavirus ha hecho que nos acerquemos. Si el año pasado tuvimos una buena campaña de verano, sin duda fue gracias al trabajo en equipo. Este año esperamos poder abrir el camping antes de la temporada de verano y tener un buen año.



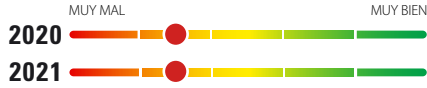
«El coronavirus nos ha acercado»

Erlebnis Comfort Camping Aufenfeld, Aufenfeld

En la primavera de 2020 tuvimos que afrontar tres meses sin ingresos. Perdimos incluso la temporada de invierno (de septiembre en adelante). Las numerosas cancelaciones hicieron que tuviéramos muchos clientes insatisfechos. Por eso hemos introducido condiciones especiales de cancelación y hemos desarrollado descuentos para clientes habituales y todo tipo de ofertas. Un hermoso gesto fue que un cliente no pidió recuperar la fianza para ayudarnos

«La fidelidad de clientes y empleados es muy reconfortante»

en estos tiempos difíciles. Es muy bonito observar la fidelidad tanto de los clientes como de los empleados. A pesar de los complicados inicios de 2021, pensamos que vamos a tener una buena temporada alta.

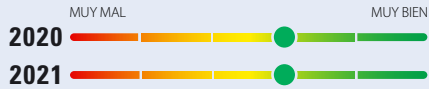


Camping Alexa, Chlapowo

El año pasado fue caótico, con multitud de cancelaciones y aplazamientos de reservas. También vimos a muchos campistas que venían de vacaciones por primera vez con su caravana o autocaravana.

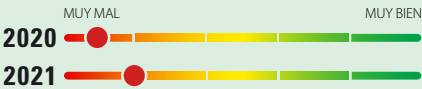
«Hemos visto a muchos campistas 'nuevos'»

vana. Algunos necesitaban ayuda para poner la parte de la entrada o encender la calefacción, pero les ayudamos encantados. Para mantener todo bajo control, ampliamos un poco las parcelas de acampada y dedicamos un gran esfuerzo adicional a la limpieza y la desinfección. Nos costará olvidar la alegría que se reflejaba en la cara de todos los que finalmente pudieron volver a salir de casa. Esta temporada esperamos que sea algo mejor que la anterior. ¡Estamos preparados para todo!



Camping Sokol Praha, Praha 9/Dolní Pocernece

2020 supuso un verdadero desafío para nosotros por la constante incertidumbre en lo referente al coronavirus. Nos ha quedado claro que hay que esperar siempre lo inesperado. El mercado de acampada nacional es muy pequeño en la República Checa, de ahí que muchos campings dependan de los clientes extranjeros. Estos fueron a campings en medio de la naturaleza, pero al ser un camping urbano situado a las afueras de Praga, nosotros lo pasamos peor. Sin embargo, flexibilizar nuestra política de reservas, pagos anticipados y cancelaciones nos permitió ganar clientes. Muchos de ellos se mostraron gratamente sorprendidos por el ambiente de tranquilidad que se respira en un camping urbano junto al centro de Praga.



«2020 nos ha enseñado a esperar siempre lo inesperado»

Zaton Holiday Resort, Zaton/Nin (Zadar)

«El apoyo de nuestros clientes nos ayudó a superarlo»



Frane Skoblar

Si lo comparamos con 2019, que fue un año récord, en 2020 sufrimos un fuerte descenso en la facturación. Vinieron menos clientes de países muy importantes para nosotros, como los Países Bajos, Dinamarca e Italia. Las medidas contra el coronavirus hicieron que tuviéramos que reorganizar muchas cosas en cuanto a la gestión de la empresa. Pero lo mejor fue poder seguir recibiendo clientes, así como los cientos de correos electrónicos y mensajes reconfortantes en las redes sociales, que nos ayudaron a sobrellevar esta complicada temporada. Otra cosa de la que nos hemos dado cuenta es que ni siquiera una pandemia es capaz de detener a los viajeros, de modo que esperamos que los tests rápidos y las vacunas contribuyan a hacer que 2021 sea el año del cambio.



 Camping Stobreč Split, Stobrec



El turbulento año 2020 estuvo repleto de complicaciones. En primer lugar, fue precisa una reorganización total, debido a todas las cancelaciones y al aplazamiento de reservas a 2021. En este sentido, era importante adaptar la higiene para

«El turbulento año 2020 estuvo repleto de complicaciones»

cumplir todas las disposiciones. Por otra parte, el sector turístico fue distinto a los normal. Así, por ejemplo, aumentó el número de pernотaciones nacionales. Si algo nos ha quedado claro, es que la salud y la seguridad son la máxima prioridad cuando el cliente reserva unas vacaciones. Para 2021 prevemos muchas reservas de última hora, debido en parte a la política de vacunación y a la llegada del buen tiempo.

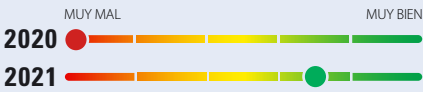


 Camp Sojka, Malatiny



«Fue cuestión de mantener la calma y reducir al mínimo los costes»

Nuestro camping estuvo cerrado durante todo 2020. Por desgracia, no solo sufrimos la situación provocada por el coronavirus, sino que en la pretemporada también tuvimos inundaciones. En resumidas cuentas, un año desastroso. Por suerte, recibimos numerosos mensajes de apoyo de clientes a través nuestros canales en redes sociales que nos animaron mucho. Es decir, el año pasado tuvimos que mantener la calma, reducir al mínimo los costes y prepararnos para empezar de cero. Estamos animados y esperamos tener en 2021 un buen verano y otoño.

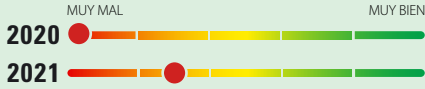


 Camping Mali Wimbledon, Mostar

Los efectos del coronavirus han sido enormes. En 2020 tan solo tuvimos diez campistas. Por suerte, tenemos una gran piscina que decidimos abrir para la gente de la zona. Instalamos dispensadores adicionales en las instalaciones sanitarias con desinfectante y limpiamos todo más a fondo. Recibimos reacciones positivas de nuestros clientes y,

afortunadamente, contamos con el apoyo de nuestros socios, como ACSI. Este período nos ha enseñado a ser flexibles y a estar en disposición de cambiar rápido al plan B. Y pese a que esperamos que en 2021 haya más posibilidades, también creemos que seguirán vigentes muchas medidas restrictivas.

«Abrimos nuestra piscina a la gente de la zona»



 Camping Erodios, Gialova/Pylos

El año pasado recibimos muchas cancelaciones de última hora. Afortunadamente, encontramos relativamente rápido la manera de hacer frente a esta situación. Comprobábamos la temperatura corporal de los huéspedes del camping y comenzamos también a aceptar pedidos por internet para el restaurante y la tienda. Recibimos un gran apoyo por parte de los clientes habituales que no pudieron venir a Grecia, lamentablemente. Esperamos que puedan volver pronto. Para la temporada entrante, nuestra prioridad absoluta es la salud de todos. Si nos tomamos en serio la situación, podremos disfrutar juntos de un verano seguro.

«La máxima prioridad para esta temporada es la salud»

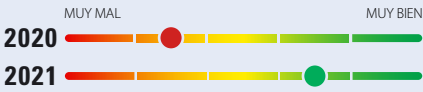


 Erwlon Caravan & Camping Park, Llandovery



«Por primera vez desde los años sesenta, tuvimos que cerrar»

En 2020 estuvimos cerrados hasta julio y, por si fuera poco, tuvimos que volver a cerrar en otoño e invierno. Fue la primera vez desde los años sesenta que tuvimos que mantener cerrado el parque. Conseguimos superarlo gracias al apoyo del gobierno. Afortunadamente, ya seguimos estrictas medidas de higiene y seguridad desde antes, por lo que en ese sentido apenas tuvimos que hacer ajustes. En 2021 seguiremos los mismos procedimientos que el año pasado. Confiamos en que aumente el número de clientes, teniendo en cuenta que vendrán menos de otros países, pero que habrá más británicos que pasarán sus vacaciones (obligados por las circunstancias) en su país.



 Camping Kalami Beach, Plataria/Igoumenitsa

«El miedo al virus se instaló entre muchos campistas»



El año pasado tuvimos una clara reducción en el número de huéspedes. Como es natural, el miedo al virus se instaló entre muchos campistas. En el camping nos aseguramos de que todo el mundo pudiera guardar más fácilmente las distancias e instalamos dispensadores con desinfectante en muchos puntos. También redujimos el número de mesas en el restaurante. La pandemia nos ha enseñado a superar situaciones complicadas y a ser flexibles en nuestra forma de trabajar. Cada vez hay más personas vacunadas y todo el mundo está más concienciado acerca de los riesgos del coronavirus, por lo que esperamos que la temporada de acampada de 2021 sea mejor.



Camping La Belle Étoile, La Rochette

Luc y Yvonne Pelee de Saint Maurice



«Algunos clientes nos llamaban para ver cómo nos iban las cosas»

El año pasado tuvimos que lamentar la pérdida de aproximadamente un 50 %, ya que no pudimos recibir clientes extranjeros. Para aquellos que sí pudieron alojarse en nuestro camping, realizamos una inversión adicional en higiene. Por ejemplo, compramos un equipo para la desinfección de caravanas fijas e instalaciones sanitarias. Nos animó mucho ver que algunos clientes habituales nos llamaban para ver cómo nos iban las cosas. También hubo gente que canceló sus vacaciones pero que renunció a la fianza. Un bonito gesto. No sabemos muy bien qué nos traerá 2021, pero somos optimistas para 2022, siempre y cuando funcione bien la estrategia de vacunación.



Camping Le Pont d'Allagnon, Lempdes-sur-Allagnon



Al principio de la temporada recibimos alrededor de un 20 % menos de clientes franceses y extranjeros. Posteriormente se produjeron también cancelaciones de grupos, tanto en temporada alta como baja. Nos ayudó muchísimo volver a abrir el camping en junio, ya que nos permitió recuperar gran parte de las pérdidas durante los dos meses de verano. La crisis del coronavirus nos ha hecho ver que hay que tener cuidado con los gastos y que es importante tranquilizar al cliente en lo relativo a nuestras condiciones de reserva. No tenemos expectativas concretas para el futuro, pero confiamos en volver a recibir a muchos turistas de otros países aparte de Francia durante la temporada alta.



«Es importante tranquilizar a los clientes»

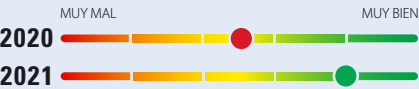
Camping Biarritz, Biarritz

«Por suerte nos ayudó nuestra cadena de campings»

La ausencia de clientes extranjeros en nuestro camping se notó económicamente, por desgracia. Sin embargo, para hacer que los huéspedes que sí vinieron se sintieran más seguros, invertimos en higiene, como no podía ser de otra manera y observamos todos los protocolos sanitarios. Para poder seguir dando comidas, empezamos a ofrecer comida para llevar. Por suerte contamos con la ayuda de Airotel, la cadena de campings a la que estamos adheridos. La crisis nos ha enseñado sabias lecciones, como que es importante hacer inversiones para captar turistas nacionales. Además, las encuestas que hicimos a nuestros clientes resultaron muy instructivas para conocer mejor sus deseos.



Alexis Dubor



Domaine de la Gautière, Buis-les-Baronnies

La gestión de nuestro camping durante el coronavirus requería un planteamiento distinto para garantizar nuestra salud y la de nuestros clientes. Por este motivo, en determinados lugares era obligatorio llevar mascarilla, teníamos caminos marcados a la recepción y trabajamos con detergentes especiales. Y dio resultado, porque los clientes aseguraron sentirse más seguros que en otros campings. Otras medidas adicionales de higiene, como lavarse las manos con más frecuencia, las mantendremos en el futuro. El COVID nos ha enseñado a protegernos de un enemigo invisible. Esperamos poder recibir este año de nuevo a campistas holandeses, alemanes y belgas.



«Los huéspedes se sentían más seguros que en otros campings»



Camp du Domaine, Bormes-les-Mimosas

El año pasado perdimos un 37 % de la facturación, especialmente durante la temporada baja. Eso sí, recibimos más clientes franceses y nuevos, quienes gozaron de una extraordinaria seguridad en nuestro establecimiento gracias a las estrictas medidas de higiene. Por ejemplo, un equipo especializado desinfectaba todas las instalaciones tres veces al día. Por otro lado, evitamos las animaciones demasiado concurridas realizando dos sesiones nocturnas en lugar de una (19.00 - 21.00, desinfección, 21.30 - 23.30). Como curiosidad, el año pasado visitaron nuestro camping dos clientes famosos: un futbolista francés que jugó en la selección campeona del mundo en 2018 y una actriz alemana.



Anne Caillat-Defour



«Un equipo desinfectaba todas las instalaciones tres veces al día»

Camping La Bugarvilla, Marbella/Málaga



Francisco Sempere Sanchez



Hemos seguido en todo momentos las medidas que nos ha transmitido el Ministerio de Sanidad español. Es decir: mantener la distancia, llevar mascarilla y disponer de gel desinfectante. Hasta donde nosotros sabemos, no se ha producido ni un solo caso de coronavirus, ni entre los clientes ni entre nuestro personal.

«Que nosotros sepamos, no se ha producido ni un solo caso de coronavirus»

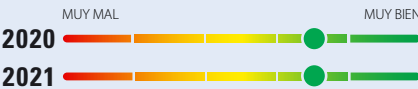
Esto nos ha servido para darnos cuenta de que debemos tener mucho cuidado con las personas más vulnerables en estos tiempos de pandemia. Para este año esperamos tener un verano mejor que el de 2020. Y a partir de este otoño, esperamos volver a recibir a los clientes del norte de Europa que vienen aquí a pasar el invierno.

Verneda Camping Mountain Resort, Pont d'Arros

«Es importante consolidar la fidelidad del cliente»



Por desgracia, tuvimos que permanecer cerrados hasta el mes de junio de 2020, incluido. En invierno también tuvimos restricciones a la movilidad en nuestra provincia. A todo ello hay que añadir la reducción obligatoria del 20 % en el número de huéspedes, a fin de poder mantener mejor la distancia social. La crisis del coronavirus nos ha enseñado que debemos valorar el presente y que es importante consolidar la fidelidad del cliente. En lo que al turismo nacional se refiere, el 2021 debería ir bien. Pero no tenemos mucha confianza en que puedan venir clientes extranjeros por los sucesivos retrasos en la vacunación.



Cepo Verde, Gondesende/Bragança

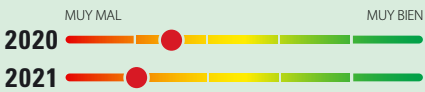


Telmo Cadavez

El año pasado apenas llegaron clientes extranjeros, a lo que se sumó el incremento de los costes a causa de los procedimientos de seguridad. Por todo ello, los ingresos globales se redujeron en torno a un 50 %. Las normas especiales que establecimos para el uso de las instalaciones sanitarias nos permitieron garantizar una estancia segura a nuestros huéspedes.

«Esta época del coronavirus nos ha enseñado muchas cosas»

Fue especialmente amable una pareja inglesa, que prolongó su estancia en uno de nuestros chalets, aun cuando el resto del camping estaba vacío, para ayudarnos con más ingresos. Pasamos juntos unas semanas muy agradables. Esta época del coronavirus nos ha enseñado muchas cosas. Hemos tenido que salir del paso con pocos medios.



Camping Turiscampo, Luz/Lagos

«Fue positivo que consiguieran encontrar nuestro camping»



El impacto del confinamiento, especialmente, fue tremendo para nuestro camping. En los meses de julio y agosto del año pasado apenas tuvimos trabajo. Los pocos clientes que vinieron eran de nacionalidades distintas a los de los años anteriores. Fue

positivo que consiguieran encontrar nuestro camping. Nuestros clientes estuvieron seguros porque prestamos especial atención a la higiene y al número máximo de personas que podía haber en determinados lugares del camping. Ellos también tenían esa sensación, lo que era muy importante para nosotros. No sabemos cómo irá este año; seguirá habiendo problemas con los vuelos y la política es otro factor de incertidumbre.



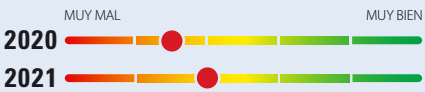
Gruppo Human Company



Camping Norcenni Girasole

«2021 será parecido a 2020»

El año pasado pudimos comprobar hasta qué punto influyen los factores externos en el sector turístico. Nos pidieron una capacidad de adaptación muy rápida. Redistribuimos los presupuestos de ventas, ofrecimos formación adicional al personal, modificamos las infraestructuras e introdujimos un sistema de reserva en línea para los restaurantes y las entregas. Y prestamos especial atención a la limpieza y la higiene. Gracias a todo esto, nuestros huéspedes pudieron disfrutar de unas buenas vacaciones. También apreciamos mucha comprensión sobre las medidas. La sensación que tenemos es que 2021 será parecido a 2020, es decir, reducción de la demanda internacional y muchas reservas de última hora.



Villaggio Turistico Internazionale, Bibione



Andrea Granzotto

La pandemia del coronavirus ha puesto patas arriba todo lo que dábamos por sentado. De un día para otro tuvimos que cambiar por completo nuestra forma de trabajar y nos llovieron las cancelaciones y las modificaciones en las reservas. Elaboramos un nuevo plan de negocio específico, con procedimientos claros para la limpieza, animación,

«Confiamos en la recuperación a partir del mes de junio»

recepción y distancia social. Así pudimos ofrecer a nuestros clientes un entorno seguro e higiénico. Afortunadamente, estos mostraron mucha comprensión. En cuanto a nuestras expectativas de facturación, esperamos que 2021 esté a medio camino entre 2019 y 2020. Sin lugar a dudas, las medidas contra el coronavirus todavía tendrán gran protagonismo durante los primeros meses. Esperamos empezar a notar la recuperación a partir de junio.



Camping San Cristoforo / Camping Due Laghi / Fiemme Village, Pergine Valsugana / Levico Terme / Bellamonte di Predazzo

2020 fue un año muy complicado. La temporada fue más corta de lo normal y decidimos abrir solamente dos de nuestros tres campings. Aparcamos provisionalmente las inversiones y, por desgracia, aún sigue siendo así. Asimismo, tras la debacle con los bonos, está claro que habrá que cambiar cosas en el pago anticipado de las vacaciones. A la gente no le inspira confianza. La vacunación no avanza con demasiada rapidez en muchos países europeos, por lo que para 2021 prevemos una temporada principalmente con muchos turistas nacionales. Sin embargo, como es natural, en cuanto la gente pueda salir, se creará enseguida un ambiente de euforia.



Camping San Cristoforo



Camping Due Laghi



Fiemme Village



«Todas las inversiones están aparcadas por el momento»

Baia Domizia Camping Village, Baia Domizia

«2021 será comparable a 2020 en gran parte»

En 2020 registramos una pérdida de facturación y una caída en el número de clientes extranjeros. El número de campistas de la región se mantuvo igual, más o menos. Para ofrecer la máxima seguridad posible a nuestros huéspedes, hemos creado algo más de distancia en todas partes y hemos plantado más vegetación. Organizarlo todo bien ha supuesto un esfuerzo enorme, pero nos hemos dado cuenta de que con mucha fuerza de voluntad es posible superar situaciones que en principio parecen imposibles. Afortunadamente, nuestros huéspedes respondieron positivamente a los cambios y cumplieron bien las medidas. Esperamos que el año 2021 sea comparable a 2020 en gran parte.



Enrico Toffano



La creación de una marca de camping sólida

Entrevista con Hannes Müller de TourTouch



¿Quién es TourTouch?
¿Puede presentarse brevemente?

En TourTouch amamos salir de acampada y la vida al aire libre. Desde esta pasión, contribuimos a reforzar el ramo del camping. Nuestro poder reside en la digitalización, la experiencia y la operación comercial. Se acerca la nueva generación de campistas y estamos convencidos de que necesitan dos cosas: un acceso rápido al «producto» y una auténtica experiencia de acampada. En TourTouch damos respaldo a los campings de Alemania, Austria y Suiza en los ámbitos del marketing, las operaciones comerciales y la experiencia del cliente. Junto con nuestros clientes, experimentamos a diario los retos de un mercado de camping cambiante que trae consigo una nueva generación de campistas. Y, naturalmente, el reciente impacto del coronavirus.

¿Qué hizo su empresa el año pasado cuando nos vimos obligados a trabajar en línea principalmente?

A pesar de la crisis del coronavirus, el ramo del camping ha seguido evolucionando. Un buen número de campings está utilizando este período para mejorar las cosas; así que a nosotros nos queda mucho por hacer. En este contexto, hemos lanzado un portal de aprendizaje en línea: el CAMPUS. En este portal, los campings pueden ver presentaciones, entrevistas y tutoriales sobre los temas más importantes del ramo. Esta interesantísima información está disponible de manera gratuita para todo el mundo en [tourtouch.de/campus](https://www.tourtouch.de/campus) (información en alemán).

TourTouch ha hecho este año una exitosa presentación en la jornada en línea NCT (Norddeutscher Campingtag) sobre la creación de una marca de camping sólida. En esta jornada, se plantearon tres elementos importantes: la creación de

una marca, el posicionamiento de una marca y el marketing especializado. ¿Puede desarrollarlo?

Para crear una marca, lo primero que se necesita es una marca. Suena lógico, pero hay mucho más de lo que a primera estancia se podría pensar. Una marca debe ser presentada de manera consistente y estandarizada. Se puede presentar, entre otros aspectos, a través de un logotipo, el diseño y colores (fijos). A continuación, el camping hace una promesa determinada acerca de las vacaciones y la calidad que el cliente puede esperar. Esto incluye una operación comercial que haga realidad esas promesas. Esto es para muchos campings una dificultad, y es ahí donde nosotros podemos ayudar. Encontrar eslóganes e imágenes sobre unas vacaciones de primera categoría es fácil. Pero el reto está en mantener alto el nivel de la prestación del servicio desde el momento en el que se realiza la reserva hasta el final de las vacaciones. Especialmente cuando un camping también quiere vigilar los costes.

- Creación de una marca:**
- Presentación consistente y profesional
 - Promesa sobre las vacaciones y la calidad
 - Operación comercial profesional adecuada

Una vez que la marca del camping está establecida, llega el siguiente reto: el posicionamiento de la marca. Para ello, el camping puede implementar los siguientes recursos: el propio sitio web, Google My Business y portales de campings.

- Posicionamiento de una marca:**
- Propio sitio web
 - Google My Business
 - Portales de campings

En primer lugar, es importante no subestimar un buen sitio web propio. Puede descargar la recepción de manera significativa si el cliente encuentra respuestas a preguntas



Para la creación de una marca sólida se necesitan buenas fotos de un camping, pero el verdadero reto está en mantener alto el nivel de la prestación del servicio.

prácticas en línea. Para ello, es necesario un sitio web moderno con una estructura de navegación sencilla y clara. Por supuesto, ese sitio web también debe ser fácil de encontrar en los motores de búsqueda y encargarse de que al visitante le entren verdaderas ganas de acampar. El cliente también debe poder acceder fácilmente al producto: reservar o contratar un sitio. Con Google My Business, el director de camping gestiona noticias, horarios de apertura y reseñas. Esto también le permite ajustar la información en Google Maps. Asimismo, es importante contar con una presentación potente en los principales portales de campings como Eurocampings.eu y Camping.info. Esto significa tener un buen material gráfico e información actualizada.

Una vez que el camping cuenta con una marca sólida y una buena visibilidad en línea, aconsejamos la especialización de marketing. ¿Qué implica esto?

Con la especialización, el camping se encarga de ganar visibilidad entre el público idóneo. Se trata de utilizar los canales correctos, un planteamiento especializado orienta-

do al grupo objetivo y campañas con una finalidad clara. Estos objetivos son empresariales: una utilización óptima, aceptación de precio, satisfacción del cliente y prolongación de la temporada de acampada.

- Marketing especializado:**
- Canales y contenido
 - Grupos objetivo
 - Campañas

Una última pregunta: a su parecer, ¿cuáles son los retos para el ramo del camping los próximos años?

Somos de la opinión de que adecuar la oferta de estancias y ocio a la nueva generación de campistas es lo más importante. Reservar en línea, la especialización y la oferta constante de la máxima calidad desempeñan un papel fundamental. Pensamos que el énfasis probablemente se desplazará hacia la oferta complementaria en entretenimiento, cursos, talleres y vivencias. Detalles como el tamaño y las instalaciones de los campings tendrán menos relevancia. Estos avances requieren tiempo y recursos en la operación comercial. Pero si un camping digitaliza bien muchos de los procesos, como reservar, facturar y pagar, tendrá

más tiempo para contactar con huéspedes. Pueden acudir a uno en busca de consejos para excursiones y servicios adicionales.

Gracias por su tiempo y aportaciones.

Un placer. Muchas gracias por darme la oportunidad y mucha suerte.



Hannes Müller, www.tourtouch.de

Hannes Müller es director de la consultoría de marketing y estrategia TourTouch y fundador del portal de información CAMPUS.

Estoy deseando conocer su negocio y sus próximos retos. No dude en enviarme un mensaje a través de: hannes@tourtouch.de

Comunicado de prensa LeadingCampings abril de 2021

Tutoriales y formación en línea

Desde 2009, LeadingCampings of Europe realiza todos los años, antes del inicio de la temporada, una sesión formativa para el personal o los campings miembros. Hasta ahora siempre se ha desarrollado en un LeadingCamping. El curso de 2020 fue cancelado como consecuencia del primer confinamiento y las restricciones a la movilidad, pero ahora en LeadingCampings hemos buscado un nuevo rumbo. La actividad de formación de este año se celebró en línea el 22 de abril, con la ventaja añadida del notable incremento

en el número de participantes. Como es lógico, si no es necesario realizar el viaje y ausentarse durante unos días, pueden participar más empleados. Además, al estar cerrados los campings, pueden participar más trabajadores en el curso. La experiencia de sesiones intensivas de Zoom de tres horas y media demuestra que es posible, aunque también es distinto.

Por este motivo, aparte de muchas otras cosas de las que nos gustaría librarnos lo antes posible, el coronavirus también nos ha traído algo que no cambiará: la central

de LeadingCampings ha aprovechado el tiempo para hacer que la formación del personal sea más permanente y añadir una oferta constante en línea. Lo que nació por necesidad durante la pandemia se convertirá de ahora en adelante en una parte permanente de la oferta formativa de LeadingCampings. Podrán informarse en todo momento de todo lo relativo a LeadingCampings. Para ello, se han clasificado adecuadamente todos los documentos relevantes, que están disponibles en una base de datos en línea, así como, para empezar, cuatro tutoriales en vídeo de 30 minutos sobre temas específicos de Leading. Esta videoteca de tutoriales seguirá amplián-

dose en el futuro. Los empleados podrán acceder durante los 365 días del año desde <https://academy.leadingcampings.com>, si bien deberán registrarse antes.



Más información:
LeadingCampings of Europe
Kettelerstr 26, 40593 Düsseldorf (Alemania)
Teléfono: +49 (0)2 11 / 89 96 49 95
Fax: +49 (0)2 11 / 87 96 49 96
info@leadingcampings.com
www.leadingcampings.com

Benefíciense de los recursos digitales

El equilibrio entre el ser humano y la informática

Las reservas digitales son el futuro o, mejor dicho, ya son una realidad. Esto no significa, sin embargo, que el campista quede a merced de la tecnología cuando va a realizar una reserva. Afortunadamente, las personas cumplen una función importante y determinan la diferencia entre un huésped ocasional y un cliente habitual. Por este motivo es tan importante encontrar el equilibrio perfecto entre el hombre y el ordenador.

Cada vez es más frecuente comparar, seleccionar y reservar las vacaciones en línea. Probablemente, esta tendencia evolucionará hacia una oferta completamente personalizada. A fecha de 2021, los clientes están cada vez más habituados a

mostrar sus preferencias para, a continuación, recibir una oferta que responda a sus necesidades. Para los campings, dar respuesta a esta demanda se ha convertido prácticamente en una obligación. No obstante, parece que sigue habiendo límites a la digitali-

zación. Y es que si desaparece por completo el factor humano, aparece resistencia.

Contacto humano

Estudios realizados en Europa y Estados Unidos han concluido que nada menos que un 75 % de los consumidores prefieren tener contacto con una persona al realizar la reserva. El exceso de tecnología para hacerlo todo uno mismo acabará por tener consecuencias negativas a largo plazo para la experiencia y la fidelidad de los viajeros. Ocurre sobre todo cuando durante el primer contacto no se cuenta con la asistencia de una persona, algo que, sin embargo, la gente demanda. El campista quiere tener la posibilidad de hablar con alguien por teléfono, WhatsApp, chat o correo electrónico. Esto permite entablar una relación de confianza y desarrolla un vínculo.

Difícil equilibrio

Esto supone un equilibrio complicado para aquellos que creían que la digitalización total del proceso de reserva supondría la solución a los costes y a la escasez de personal adecuado. Otra cuestión importante es cómo se usan y comparten los datos. En principio, los viajeros no ven ningún problema en compartir sus datos con la organización de viajes.

Especialmente si ello les proporciona una ventaja directa. Ahora bien, esto puede generar cierta resistencia si el cliente no sabe exactamente con qué partes van a ser compartidos sus datos.

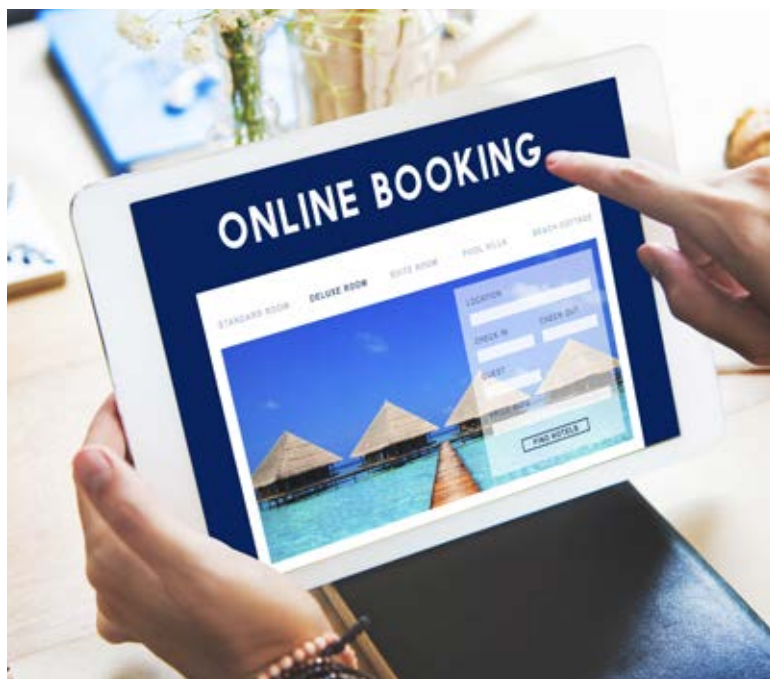
Consejos del chatbot

No obstante, el uso de las herramientas digitales adecuadas puede suponer un ahorro de tiempo y de costes. Para cualquier camping o empresa de viajes es importante tener una buena visibilidad en línea y una página web (o aplicación) bien desarrollada con un proceso de reserva sencillo. Ahora bien, la digitalización puede ir un paso más allá y generar incluso una mayor facturación. Imagine un chatbot que proponga actividades divertidas y lugares de interés en el destino de vacaciones o que reserve una mesa para el cliente en un restaurante. Los huéspedes que

utilicen un buen asistente digital pueden incrementar el gasto hasta en un 30 % más durante sus vacaciones frente a los que no lo usan.

La combinación perfecta

Por este motivo, los actores más inteligentes están investigando cómo combinar la digitalización con el contacto personal. La respuesta puede ser muy simple. Ofrecer un número de teléfono o la posibilidad de chatear con un empleado contribuye a ganar confianza. Los chatbots inteligentes van incluso más allá y son capaces de reconocer incluso emociones, lo que les permite anticiparse a sentimientos como el malestar, la sorpresa o el estrés. Todavía está por ver cómo será la combinación correcta entre el hombre y el ordenador. ¡Lo que sí está claro es que no se debe subestimar el valor del contacto humano!



Asistente digital en Suncamp

Desde 2020, el touroperador Suncamp trabaja con Anna, una asistente digital. Antes de ponerse en camino, los clientes se registran y Anna les da consejos e información de utilidad. Asimismo, también pueden hacer preguntas a la asistente digital por Whatsapp, como por ejemplo: «¿dónde hay un buen restaurante cerca?» Los clientes que comenzaron a utilizar este servicio en 2020 le dan una buena valoración. Nada menos que un 97 % de ellos aseguran que quieren volver a recibir consejos de Anna en sus próximas vacaciones.

Widgets ACSI:

transmiten al visitante de su sitio web que para usted, la calidad es lo más importante



Como establecimiento asociado a ACSI, tiene la posibilidad de poner el widget de ACSI en su web. Esto le permite aprovechar al máximo la marca de calidad ACSI.

Un widget es un pequeño elemento gráfico que se puede agregar fácilmente a su sitio web y que incluye información útil para el visitante. Puede ser, por ejemplo, el logo de ACSI o la calificación que le han dado los campistas en nuestros sitios web o apps.

Una marca de calidad reconocible para millones de campistas
El logo de ACSI es un marchio de calidad muy conocido entre millones de campistas de toda Europa. Al colocar el logo de ACSI en su sitio web, estará diciendo a sus clientes que mantiene una valiosa colaboración con ACSI. Esto infunde confianza en sus futuros huéspedes.

Opiniones sobre su camping

Aparte del logotipo de ACSI, los comentarios sobre su camping son también muy relevantes para sus futuros clientes. Si muestra la calificación ACSI en su sitio web, con un enlace a las opiniones, les ayudará a decidirse por su camping.

Cree gratis su propio widget

Utilizar widgets es totalmente gratuito y crearlos es muy sencillo.

Puede descargar tres tipos de widgets:

1. Valoración ACSI
2. Widget del logo de ACSI
3. Widget del logo ACSI + año de inspección



Widgets ACSI:

- Muy sencillos de crear
- Fáciles de añadir a su sitio web
- Muy atractivos para los visitantes
- Ponen de manifiesto que colabora con ACSI

Campsite La Vallée Verte

8,2

11 valoraciones

Sanitario	7,9
Personal	8,1
Relación calidad/precios	7,9
Apto para niños	7,9
Entretenimiento	8,2
Instalaciones deportivas	7,9
Piscina	7,9
Comer y beber	7,9
Alrededores	8,4

[Add a review](#)



Annually
inspected
by ACSI

Para más información, entre en eurocampings.es/widget

Concepto creativo con impacto

ACSI FreeLife TestTour 2021

Los campistas que se alojan juntos en un camping saben mejor que nadie lo importante que es una caravana o un coche de remolque. No en vano desempeñan los campistas un papel crucial en el ACSI FreeLife TestTour. Pero ¿qué implica exactamente y qué puede suponer para su camping?

Cuatro equipos de prueba viajaron el verano pasado durante un período sin coronavirus al soleado sur de Austria: Carintia. Para ello, les dimos un completo y flamante equipo de Volvo y Fendt. Esto permitió a los equipos mucho de qué hablar con sus fervientes vecinos campistas. Y tanto la región como los campings en los que se alojaron los equipos de prueba se beneficiaron de gran visibilidad en todas las historias que hemos contado a través amplios reportajes, blogs y decenas de vídeos.

Conceptos creativos

Las regiones acuden a ACSI cada vez más para preguntar sobre soluciones de comunicación creativas que incluyan texto impreso, en línea y vídeo. Por eso, los creadores de la revista ACSI FreeLife magazine idean con regularidad nuevos conceptos para poder ofrecer mucho más que un simple anuncio. Desde un viaje del lector hasta un paquete de camping especial, pasando por una difusión informativa para presentar el camping o una entrevista con el director del camping. El mayor de estos conceptos creativos es el ACSI FreeLife TestTour que organizamos en 2021 por quinta vez. Para ello colaboramos con una zona turística, un fabricante de automóviles y un fabricante de caravanas o autocaravanas. Asimismo, la colaboración es la fuerza del concepto.

Equipos de prueba

ACSI FreeLife es la marca perteneciente al grupo especialista en campings de Europa ACSI que

proporciona a los amantes de los campings información e inspiración para acampar. De forma positiva y alegre, la redacción muestra tanto digitalmente como en papel dónde acampar y, sobre todo, qué medios utilizar para hacerlo de la manera más cómoda posible. En ACSI FreeLife TestTour contamos con cuatro equipos de prueba, cada equipo con un perfil de camping específico, para que cada lector de ACSI FreeLife pueda reconocerse en alguno de ellos. En función de este perfil, pueden valorar qué viaje y qué combinación de coche-caravana se adapta mejor a ellos. Imaginemos un equipo de prueba de sibaritas; siempre a favor del relax y las aventuras culinarias. O bien un equipo de prueba de gente activa, para los que no hay montaña que se les resista. Pero también un equipo con una familia amante de la cultura.

Impacto

Durante el TestTour dejamos constancia por escrito de las vivencias y experiencias de los equipos por medio de informes, reportajes del ambiente, vídeos, fotos, vlogs y publicaciones en redes sociales. El propósito del proyecto es registrar imágenes e historias auténticas e inspiradoras y lograr el mayor alcance posible durante un gran período de tiempo. Del TestTour de Carintia, sin ir más lejos, hemos elaborado cuatro dossieres independientes que hemos ido publicando en distintas ediciones. Una historia completa por edición donde se comparten tanto las experiencias de viaje como las vivencias con la caravana o el coche.



Datos y cifras

- El ACSI FreeLife TestTour se ha organizado en 4 ocasiones
- 4 equipos de prueba testan 4 nuevos medios de acampada
- 25 vídeos
- 24 blogs
- 40 publicaciones de Facebook
- 92 páginas en revistas ACSI FreeLife magazine
- Con todas las historias elaboramos una minirevista dedicada al TestTour que mandamos con la guía ACSI Campinggids Europa. La tirada es de 47 000 ejemplares
- En total, llegamos a más de 2 500 000 de campistas de habla neerlandesa

¿Colaboramos?

En 2021, viajamos con 4 equipos de prueba a la región suiza de Berna. Promete ser un viaje espectacular. ¿Siente curiosidad por el concepto o por otras posibilidades de colaboración con ACSI FreeLife magazine? No dude en ponerse en contacto con nosotros enviando un correo a nuestra colega Mariëlle Dekkers-Vrugink a mdekke@acsi.eu.

Los 4 perfiles de campista

Equipo de prueba de amantes de la cultura

Unas vacaciones de acampada para los amantes de la cultura se quedan cojas sin profundizar en la historia de la región. Un monumento, un casco histórico, las costumbres locales; todo lo típico de la región acapara su atención. Husmear entre lo cultural está en sus genes, por eso, este equipo conduce una autocaravana fuera de lo común o una auténtica combinación de coche-caravana.



Equipo de prueba de gente activa

El equipo de prueba de gente activa viaja con una caravana o autocaravana compacta. Las bicicletas siempre salen de vacaciones. Mientras este equipo pueda hacer actividades al aire libre será feliz. Lo que más le gusta a este equipo es acampar en un camping desde el que pueda ir literalmente en todas direcciones a través de rutas ciclistas y de senderismo. Pasar un día entero delante de la caravana sin hacer nada no es para este equipo.



Equipo de prueba de sibaritas

Acampar para este equipo significa que nada es obligatorio y todo está permitido. Este equipo lo hace todo a su tiempo. Para los sibaritas, el destino del viaje de acampada depende de los campings. Tienen que ser de lujo y contar con amplias instalaciones, así como con un buen restaurante. Este equipo disfruta del lujo y sabe apreciar los placeres de la vida.



Equipo de prueba de familia de campistas

Para el equipo familiar es importante que los niños se lo pasen bien. Porque si los niños están a gusto, papá y mamá también tienen sus vacaciones. Naturalmente, la familia viaja con caravana o autocaravana, provista de todo tipo de comodidades que hacen más amena la vida familiar.



¿Dónde nos iremos de acampada este verano?

La fase de inspiración al elegir un destino de acampada

Durante este año de coronavirus, las cosas han cambiado mucho. Una de las consecuencias de la pandemia es que se cancelaron todas las ferias de vacaciones y acampada. Y aún no se ve la luz al final del túnel. Fue preciso cambiar el rumbo en las oficinas de turismo nacionales y regionales. ¿Qué alternativas hay?

Tradicionalmente, las ferias de vacaciones y acampada que se celebran a principios de año suelen ser el lugar donde se dan cita muchas oficinas de turismo para entrar en contacto con campistas que están buscando orientación sobre las próximas vacaciones. Están en un momento en el que desean ser sorprendidos y recabar nuevas ideas. Desde el mes de marzo de 2020 se cancelaron prácticamente todas las ferias, lo que dejó a los vendedores de los países y regiones de vacaciones haciéndose las mismas preguntas: ¿cómo podremos transmitirle nuestra historia a los campistas y cuándo lo haremos si aún no está claro cuándo se volverán a poder hacer viajes internacionales?

Seguir siendo visible, aunque (aún) no se pueda viajar

En estos últimos meses, ACSI ha recibido innumerables peticiones de países y regiones que no tenían muy claro cómo debían actuar.

Cada vez que hemos hablado con ellos les hemos aconsejado que deben seguir siendo visibles para el campista. Estudios recientes de ACSI realizados entre más de 24 000 campistas europeos muestran que todo el mundo está deseando salir, incluso a otro país. Por eso es tan importante atraer a los campistas con su historia, que aguardan con impaciencia sus vacaciones.

Propietarios de campings como embajadores de su región

Como propietario de un camping, usted conoce mejor que nadie las particularidades de su región y habla de ellas con orgullo: en el sitio web de su camping, en sus folletos y sobre el terreno, con todo tipo de actividades. Por otra parte, observamos que cada vez hay más propietarios de campings que participan en los comités de turismo regionales o en su federación de camping. Al fin y al cabo, no todos los países se dan cuenta de la enorme impor-

tancia que tienen las vacaciones de acampada para el turismo. Por suerte, cada vez son más las regiones que comprenden su creciente relevancia. Así, por ejemplo, ACSI ha llevado a cabo satisfactoriamente campañas en 17 de toda Europa.

Siempre hay un plan para cada presupuesto

Entretanto, ACSI FreeLife Test-Tour ha visitado cinco regiones europeas, con emocionantes grabaciones en vídeo, reportajes y una enorme difusión en la zona de habla neerlandesa. En el caso de los presupuestos más ajustados, también podemos establecer una comunicación adecuada con las oficinas de turismo y federaciones de camping, para que el campista pueda elegir su región, lo que puede suponer un importante primer paso hacia su establecimiento. ¿Desea recibir más información? Llame al +31 0 488 452055 o envíe un correo electrónico a sales@acsi.eu.



ACSI en la televisión holandesa

ACSI quiere que todo el mundo se vuelva un fanático de la acampada, incluso en tiempos de coronavirus. Al fin y al cabo, acampar significa relajarse, disfrutar de la naturaleza e irse de vacaciones de forma segura. Tanto en 2020 como en 2021 pudimos mostrárselo a millones de telespectadores holandeses a través

de los programas RTL Kampeert y Camp to Go. Una buena forma de ganar aficionados a la causa del camping.

Ganarse a los espectadores

Desde las Ardenas a Girona y del Veluwe a Valonia, los presentadores de los programas viajaron a los

destinos más hermosos. ¡Y ACSI fue con ellos! Así pudieron descubrir los campings De Paal, El Delfín Verde y Beerze Bulten, por ejemplo. Los espectadores pudieron ver desde casa lo agradable y relajante que puede ser irse de acampada. RTL Kampeert tuvo una audiencia aproximada de un millón de espectadores por programa, mientras que Camp to Go reunió a un total de 6,5 millones de espectadores.

Llegar a un público amplio

ACSI participa encantada en programas como Camp to Go y RTL Kampeert. Es una buena manera de llevar el mundo de la acampada al gran público. Al participar, ACSI contribuye a hacer posible este tipo de programas. Por este motivo, ACSI volverá a formar parte de estos programas en sucesivas temporadas.



Colofón

Edición

ACSI Publishing BV
Geurdeland 9
6673 DR Andelst - Países Bajos
Postbus 34
6670 AA Zetten - Países Bajos
Tel. +31 (0)488-452055
Correo electrónico: info@acsi.eu
Página web: www.acsi.eu

Dirección: Ramon van Reine

Redacción principal: Frank Jacobs

Coordinación/Redacción final: Thijs Saat

Redacción: Alena Gebel, Rik Hoitink, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Ria Neutel, Katinka Schippers, Vincent Smit, Bianca van Steenberghe, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder

Venta de publicidad: ACSI Sales (sales@acsi.eu)

Redacción de imágenes: Maurice van Meteren

Maquetación: Suzanne Bas, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Ton Oppers, Mariëlle Rouwenhorst, Tina van Welie

Diseño: Ton Oppers

Impresión: Rodi Rotatiedruk

Asistencia a la impresión: Ronnie Witjes

Noticias breves

Los campistas están impacientes

Los campistas de toda Europa están deseando irse de camping. Pese a que todavía se aplican estrictas medidas contra el coronavirus en muchos países, el especialista en campings ACSI está observando un número récord de visitas en sus sitios web. «Preveíamos que los campistas estarían impacientes este año por irse de camping. Pero, tras un invierno tranquilo en nuestros sitios web, las visitas registradas en estas últimas semanas ya han superado las cifras de 2019. Además, el número de descargas de nuestra app ha aumentado en casi un 120 % durante la última semana. Está claro que los campistas tienen confianza», explica Ramon van Reine, director ejecutivo de ACSI.

Unas buenas condiciones de reserva son más importantes que la vacuna

Un estudio realizado por Suncamp, el touroperador de ACSI, ha concluido que unas condiciones favorables de reserva y un asesoramiento positivo sobre viajes a la hora de reservar unas vacaciones de camping son considerados factores más importantes que la llegada de la vacuna. Un 77 % de los clientes holandeses, alemanes e ingleses encuestados manifestaron su intención de irse de vacaciones de camping este verano.

Tendencias en el mundo de la acampada 2021

1. Auge de la acampada entre los millennials
2. Preferencia por ir al extranjero
3. La seguridad y la salud en las vacaciones
4. Acampada autosuficiente
5. Campings temáticos

ACSI y TomTom sellan su colaboración

Durante el primer trimestre de 2020 se integraron los puntos de interés de ACSI en el sistema de navegación GO Camper de TomTom. Los campistas reconocen directamente los campings ACSI al aparecer el logotipo en el mapa y en los resultados de búsqueda. Otro elemento de la colaboración es la integración de TomTom Maps en varios productos digitales de ACSI. Asimismo, se han añadido rutas de ACSI a TomTom RoadTrips. De esta forma, resultará aún más fácil a los campistas encontrar el camping perfecto para ellos.

Puede consultar más novedades en ACSI.eu.



Su socio comercial para Europa

Nuevo ACSI camping.info Booking

Su plataforma europea de reservas, con 40 millones de visitantes



ACSI guías de campings

Todos los campings inspeccionados anualmente figuran de manera gratuita en las diversas guías de camping de ACSI, que se venden en varios países. En 2022, la tirada total de las guías será de 701 500 ejemplares. Gracias a un anuncio, usted obtiene más promoción, por ejemplo, en los canales de difusión en línea de ACSI.

Eurocampings.eu

La extensa información de su camping se publica también de manera gratuita en la app ACSI Campings Europa. Esta app se puede utilizar con en línea o sin conexión y está disponible en 13 idiomas. ¡Como anunciante, aquí también se beneficia de una visibilidad extra!



ACSI-apps

La extensa información de su camping se publica también de manera gratuita en la app ACSI Campings Europa. Esta app se puede utilizar con en línea o sin conexión y está disponible en 13 idiomas. ¡Como anunciante, aquí también se beneficia de una visibilidad extra!

Está previsto que se produzca

un total de 22 400 000 visitas a los sitios web y apps de ACSI en 2022.

Para ver todas las posibilidades de promoción, consulte:

www.ACSI.eu