ACSI SINCE 1965

La Stampa ACSI

dallo specialista dei campeggi ACSI: edizione primavera 2021

EDIZIONE PRIMAVERA 2021

La Stampa ACSI viene pubblicata dallo specialista dei campeggi più influente d'Europa. In questa edizione parliamo naturalmente della difficile situazione vissuta dal settore del campeggio a causa della pandemia di Covid, ma anche delle nuove possibilità che devono essere cercate e colte. Diamo la parola a gestori di campeggi di tutta Europa, evidenziamo i dati, vi parliamo della collaborazione con camping.info e diamo suggerimenti per presentare nel modo corretto il vostro campeggio.

COLLABORAZIONE TRA ACSI E CAMPING.INFO

I cittadini europei fanno ormai sempre più cose online. Le due maggiori piattaforme di campeggi, ACSI e camping.info uniscono le forze per creare un sistema di prenotazioni a livello europeo nel settore del campeggio.

▶ *Leggete l'intervista con i due CEO a **pagina 2***

VENDITE DI CAMPER E DI ROULOTTE IN AUMENTO

Durante la pandemia, molte persone hanno scoperto, o riscoperto, i vantaggi di una vacanza in campeggio. I dati delle vendite europee di camper e di roulotte rispecchiano questa tendenza.

▶ *Maggiori informazioni a **pagina 5***

I CAMPEGGI RACCONTANO IL LORO 2020 E GUARDANO AVANTI

ACSI ha chiesto ad alcuni campeggi in tutta Europa di raccontare l'esperienza dello scorso anno, con lo sguardo rivolto al futuro.

▶ *Maggiori informazioni a **pagina 6 - 11***

UN BUON MARKETING È IMPORTANTE

Hannes Felix Müller, specialista di marketing per i campeggi, dà alcuni consigli su come posizionare in modo più forte il vostro campeggio.

▶ *Maggiori informazioni a **pagina 12***

EQUILIBRIO TRA UOMO E COMPUTER

Anche nel processo di prenotazione online deve esserci la possibilità di avere contatti personali. Un sondaggio dimostra che per i clienti si tratta di un aspetto importante.

▶ *Maggiori informazioni a **pagina 13***

DESTINAZIONI IN IMMAGINI

Nel 2020, è la regione austriaca della Carinzia che si è proposta come destinazione per le vacanze in campeggio nell'ACSI FreeLife TestTour.

▶ *Leggete a **pagina 14** come sono andate le cose*

▶ *Leggete a **pagina 15** come ACSI ha aiutato altre regioni a proporsi ai campeggiatori come destinazioni per le loro vacanze.*

La collaborazione europea è vitale per il futuro del turismo in Europa

ACSI e camping.info insieme nelle prenotazioni online

Per molti campeggi il 2020 è un anno da dimenticare in fretta. Il turismo europeo ha ricevuto un colpo durissimo, che in alcuni paesi sta ancora avendo conseguenze importanti. Nel frattempo i campeggiatori europei sono di nuovo ansiosi di andare in vacanza, in patria o all'estero. Oltre alle vaccinazioni e a regole di comportamento chiare, un ruolo importante è quello di una migliore collaborazione europea. Ciò che sembra mancare oggi in Europa sono la collaborazione e la solidarietà. È possibile trarre una lezione dalla pandemia: la collaborazione in tempi di crisi è essenziale.

Il campeggiatore vuole la comodità della prenotazione online
Provare a risolvere i problemi insieme è la ragione che le due maggiori piattaforme europee di prenotazione di campeggi online hanno trovato per collaborare. ACSI e camping.info da quest'anno uniscono le loro forze in modo che i campeggi, con una sola adesione, possano essere prenotabili per decine di milioni di campeggiatori europei.
Queste due aziende familiari insieme vogliono realizzare il sistema europeo di prenotazioni per i campeggi migliore e più equo. Lo fanno "step by step" e senza grandi promesse. Tramite ACSI o camping.info il campeggio gestisce le disponibilità per le prenotazioni online. Il campeggio può così completare le necessità dei suoi ospiti, che sono sempre più diversificate. Perché sta arrivando una nuova generazione di campeggiatori che fa tutto online. Vogliono organizzare in modo facile e rapido la loro vacanza e prenotare online è un elemento essenziale.

Due aziende familiari con una grande tradizione nel settore del campeggio
Ramon van Reine di ACSI e Maximilian Möhrle di camping.info illustrano approfonditamente nell'intervista a pagina 2 i motivi che hanno condotto due concorrenti a lavorare insieme.

▶ *segue a **pagina 2***

Il green pass deve facilitare il turismo

Un passaporto per tutta l'Europa

Il cosiddetto "green pass" europeo deve rendere di nuovo possibile il turismo estivo in tutta Europa. Questo passaporto speciale, noto comunemente come "green pass" funziona in modo molto semplice. Tutte le persone vaccinate, guarite di recente dal Covid o negative al test possono generare un QR code. Questo QR code può essere scansionato per verifica. L'operazione può avvenire alle frontiere, ma anche per esempio all'ingresso di un parco divertimenti o di un campeggio.

Che cosa significa per voi questo "green pass"?
Se i gestori dei campeggi potranno e dovranno scansionare il QR code dipenderà dalle norme del loro paese. Siete obbligati a controllare i vostri ospiti dalle normative locali? Allora potrete scansionare il QR code con uno smartphone o un tablet. Il green pass garantisce che lo possiate fare nel totale rispetto della normativa sulla privacy.

Il green pass è sicuro
Il QR code attesta che una persona può viaggiare, ma non dice il perché. Non potrete quindi mai vedere quali condizioni soddisfa chi arriva. Non potrete nemmeno chiedere perché ci sono quelle importanti informazioni mediche. Accanto al QR code potrete vedere solo il nome e la data di nascita per il controllo dell'identità.

ACSI e camping.info uniscono le forze

ACSI camping.info Booking sarà lanciata a metà maggio

Maximilian Möhrle (a sinistra) e Ramon van Reine (a destra).

I due maggiori protagonisti del mercato del campeggio, ACSI e camping.info, uniscono le loro forze con il lancio di ACSI camping.info Booking. I campeggi a breve firmeranno un solo contratto di adesione alle due maggiori piattaforme di prenotazione d'Europa. Insieme potranno raggiungere qualcosa come quaranta milioni di visitatori.

Entrambe le aziende sono determinate a rimanere protagoniste del settore del campeggio. Da anni offrono ai campeggiatori la possibilità di trovare e prenotare un campeggio online. ACSI opera in Europa tramite Eurocampings.eu, CampingCard.com e le relative applicazioni. camping.info è la più grande piattaforma di campeggi sul mercato tedesco. Entrambe le aziende stavano cercando di fare in modo che per i campeggi fosse più facile e meno faticoso essere prenotabili per un numero sempre maggiore di possibili ospiti.

5 vantaggi della collaborazione tra ACSI e camping.info:

1. Prenotabilità con un solo contratto con i leader del mercato europeo (con un focus sui campeggiatori tedeschi e olandesi)
2. Nessuna campagna Google Ads a nome del vostro campeggio
3. Nuovi campeggiatori conoscono il vostro campeggio
4. Da imprenditori per imprenditori
5. Associato al vostro PMS o channel manager

ACSI camping.info Booking

Passaggio logico

Concorrenti che iniziano a collaborare, un evento più unico che raro, ma per Ramon van Reine, CEO di ACSI e Maximilian Möhrle, CEO di camping.info si tratta di un passaggio logico. "Vogliamo collaborare in ambiti nei quali siamo in grado di trovare insieme delle soluzioni. Potremo così offrire il servizio migliore sia al campeggio che ai suoi ospiti", afferma Maximilian. Ramon: "Ho incontrato Maximilian la prima volta in occasione di un congresso sul campeggio in Germania. Ha fatto una presentazione sulle prenotazioni online. Ha iniziato chiedendo al pubblico chi quella notte avrebbe dormito in albergo. Tutti hanno alzato la mano. In seguito ha chiesto se avessero prenotato online. Di nuovo, si sono alzate tutte le mani. Per finire, ha chiesto al pubblico perché i campeggi non fossero ancora prenotabili online. Ha avuto subito l'attenzione di tutti. Sono rimasto molto impressionato e mi è venuta voglia di incontrarlo."

Industria dell'auto

E così è stato. Maximilian e Ramon si sono parlati diverse volte. "Ci siamo trovati subito sulla stessa linea d'onda. Ero ansioso di conoscere la prospettiva di Ramon sul mercato del campeggio. ACSI è considerata leader di mercato in Europa, quindi un partner serio. A un certo punto ho detto che mi sarebbe piaciuto molto collaborare", dice Maximilian. Ramon: "Condividiamo le nostre conoscenze nel settore dello sviluppo del software e realizziamo una piattaforma che funzioni su entrambi i canali. In questo modo possiamo garantire uno sviluppo più rapido e fare aderire più campeggi possibile alla piattaforma. La cosa può essere paragonata all'industria dell'auto, dove usano la piattaforma di una sola azienda per più marchi. Marchi in concorrenza tra loro, come sono ACSI e camping.info nei confronti dei campeggiatori e che continueranno comunque ad esserlo."

> Maximilian Möhrle, CEO di camping.info: "Come azienda familiare si ha un prospettiva diversa: si lavora per la stabilità futura"

Max Camping

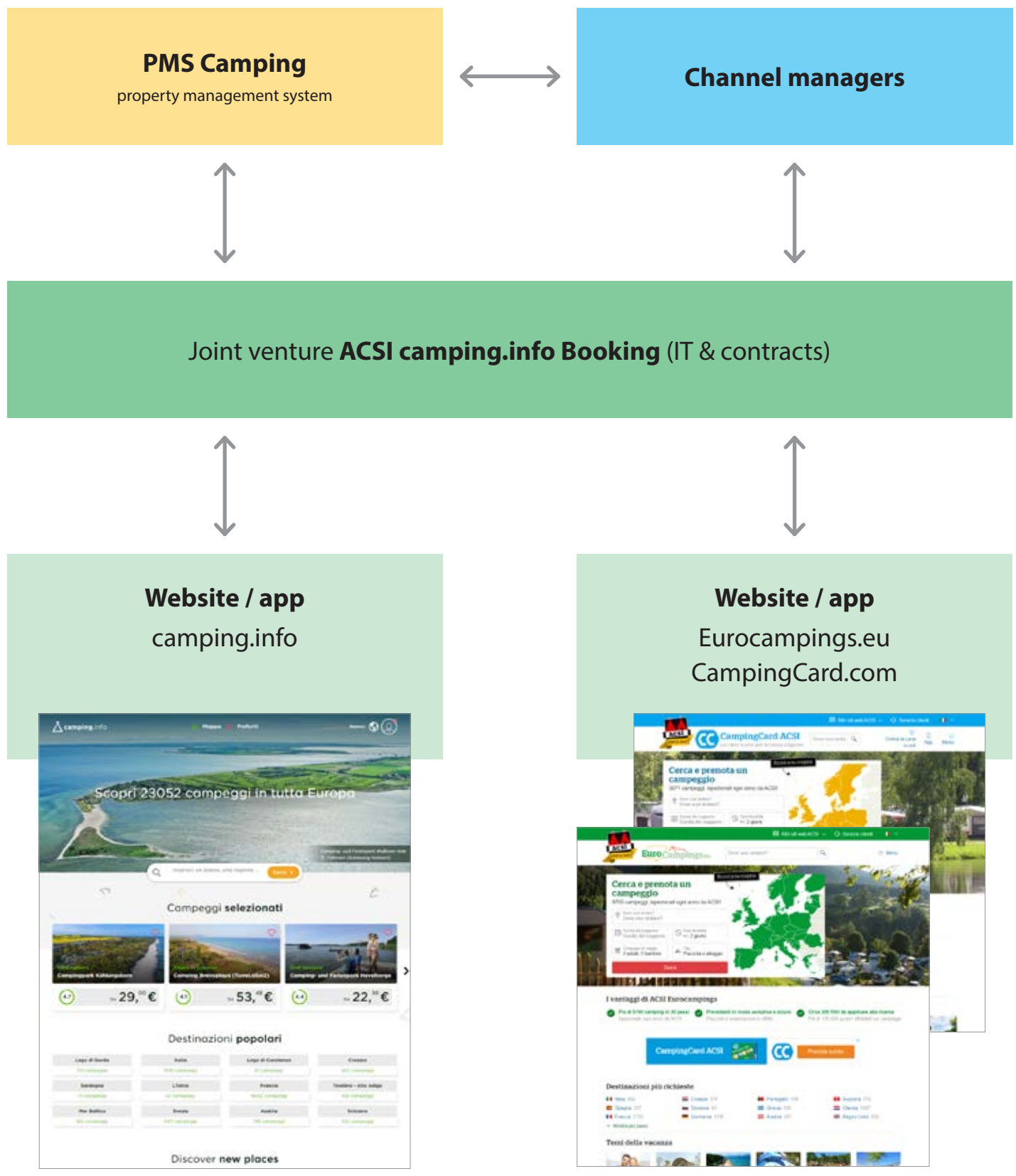
Camping.info è stata creata nel 2006 dall'austriaco Erwin Oberascher. Erwin ha creato una piattaforma per i campeggi simile a ciò che Tripadvisor era per i ristoranti in quel periodo. Erano i campeggiatori stessi a fornire informazioni e recensioni sui campeggi. Maximilian Möhrle avviò a sua volta nel 2015 Max Camping, una piattaforma di prenotazione online per i campeggi, dove erano presenti soprattutto campeggi tedeschi. "Non è stato facile, perché ho scoperto che per i campeggi praticamente non esisteva una buona infrastruttura tecnica per le prenotazioni online e i proprietari temevano le commissioni e conoscevano i giudizi negativi degli hotel su Booking.com." Ma Maximilian non ha abbandonato la sua "mission", cioè rendere prenotabile online un numero sempre maggiore di campeggi. Nel 2018, insieme a Alexander Wottrich, CEO di Truma, ha rilevato camping.info. "Erano necessari aggiornamenti tecnici ed è stato difficilissimo trovare gli sviluppatori che ci servivano. Ma ce l'abbiamo fatta e abbiamo modernizzato fino ad arrivare al risultato attuale."

56 anni di esperienza

ACSI esiste dal 1965 ed è stata fondata da Ed van Reine, padre dell'attuale CEO Ramon van Reine. ACSI si è attivata su Internet molto presto. La prima versione di Eurocampings.eu è stata sviluppata nel 1998; ed è stata subito disponibile in 4 lingue. È poi diventata una piattaforma sulla quale sono disponibili tante informazioni approfondite su qualcosa come 9700 campeggi europei in 14 lingue. Le informazioni vengono raccolte dagli ispettori che ogni anno si recano nei campeggi. "È questa la nostra forza. E rimane così", afferma Ramon. Dal 2016, tramite Eurocampings.eu, i campeggiatori possono prenotare una piazzola o una sistemazione.

Ancora Ramon sulla collaborazione: “Ciò che le nostre due aziende possono offrire è in perfetto equilibrio. Per quel che riguarda il software, ci completiamo a vicenda. Poiché sviluppiamo insieme, siamo in grado di fare il doppio delle cose sia, appunto, nello sviluppo che nell’offerta per i campeggi rispetto a quello che potremmo fare da soli. Siamo quindi partner dei Property Management Systems a cui tutti si associano volentieri.”

Aiutare i campeggi
Il successo della collaborazione, secondo Maximilian, sta soprattutto nel fatto che i due imprenditori hanno osato andare oltre. “Non diciamo certo di essere i migliori, ma costruiamo passo dopo passo insieme ai campeggi e diventiamo più forti con loro. Condividiamo la medesima visione. Vogliamo offrire ai campeggi il servizio migliore. Vogliamo toglierli dagli impicci.” “E naturalmente offrire ai campeggiatori il numero maggiore possibile di campeggi prenotabili online”, aggiunge Ramon.
Maximilian: “Facciamo risparmiare molto tempo ai campeggi. Prendiamo per esempio un addetto alla reception: spesso al telefono risponde alle stesse domande. Sempre per lo meno quando le persone chiedono la disponibilità in un determinato periodo. Oppure risponde a domande che chiedono un ambiente di prenotazione che sia davvero “userfriendly”. E se conti quanto ti costano, come proprietario, tutte quelle ore al telefono in un anno, capisci che la commissione per ogni prenotazione aumenta moltissimo. L’addetto alla reception può utilizzare meglio tutte quelle ore ad interagire con gli ospiti in campeggio, migliorando quindi il servizio, una cosa che non è possibile fare con il computer. Essere collegati ai nostri canali di prenotazione non significa quindi solo disporre di un canale in più, ma anche di un sistema di gestione in più.”



Visione futura
Un altro elemento di successo è che sia ACSI sia camping.info sono aziende familiari. “Vengo da un’azienda a conduzione familiare e il mio business partner Alexander anche. Come azienda familiare si ha un prospettiva diversa. Non si guarda a breve termine, perché tutto ciò che si fa e si intraprende ha conseguenze sulla generazione che verrà. Si vuole che tutto sia in ordine per la generazione successiva, quindi si fanno scelte a lungo termine. Le decisioni non sono solo dettate dai guadagni e dai benefici, ma dalla stabilità per il futuro. Sono quindi convinto che lavorare nel settore del campeggio sia adeguato per noi perché anche i campeggi sono aziende familiari. Che considerano il loro camping allo stesso modo”, continua Maximilian. “E abbiamo entrambi decine di anni di esperienza in questo settore. Ognuno a modo suo. Max ha un camper e io viaggio con la mia famiglia in roulotte”, dice Ramon.

“Con un solo contratto i campeggi hanno 40 milioni di potenziali visitatori”

Servizio
Entrambe le aziende fanno con regolarità dei sondaggi sui desideri dei campeggi, ma anche senza quelle domande entrambi i CEO parlano sempre con i campeggi di tutta Europa. La volontà di offrire un servizio ottimale è ovvia. “Non vogliamo assolutamente abusare della fiducia che i campeggi ripongono in noi. O renderli dipendenti da noi. Vogliamo solo fornire un servizio migliore e più rapido ai campeggi, non solo quando hanno bisogno di noi”, sottolinea Ramon.

Partner affidabili
Maximilian è convinto che molti campeggi saranno felici di questa collaborazione. “Forse temono che stiamo diventando troppo grandi, ma tra dieci anni vogliamo esserci ancora, quindi collaboreremo con i campeggi in modo assolutamente onesto. Lavoriamo solo con i campeggi che hanno scelto di essere prenotabili tramite i nostri siti Internet, quindi per esempio sui nostri siti non ci sarà Booking.com. ACSI e camping.info sono due aziende totalmente private. Questa è la nostra forza. Sia io che Ramon abbiamo campeggi che sono partner affidabili e che lavorano da anni nel settore. Insieme offriamo il raggio d’azione più ampio d’Europa, il che è una grande opportunità per un campeggio.”
Aggiunge ancora Ramon: “Non facciamo pubblicità su Google usando il buon nome di un campeggio. I campeggiatori che già conoscono il campeggio prenotano direttamente. Non vogliamo assolutamente interferire. Vogliamo semplicemente offrire ai visitatori del sito i più bei campeggi di una determinata zona. Il campeggiatore deve solo fare la sua scelta e prenotare.”

Ramon van Reine, CEO ACSI: “Vogliamo offrire ai campeggiatori il maggior numero possibile di campeggi prenotabili”

Come funziona
I campeggi che hanno già un contratto con una delle due aziende non devono fare niente. L’accordo passa direttamente ad ACSI camping.info Booking. I campeggi che non sono ancora associati sono i benvenuti. La piattaforma sarà operativa dalla metà di maggio. Ramon: “I campeggi hanno già ricevuto per email maggiori dettagli su questa collaborazione.” Conclude Maximilian pieno di entusiasmo: “Il nostro sistema è attualmente il meglio che il mercato offre e sarà sempre migliore!”

Grandi differenze nel numero di pernottamenti

I dati del 2020

Campeggio Estanyet in Spagna

Anche il settore turistico nel 2020 è stato segnato dal Coronavirus. I proprietari di camping hanno visto sfumare la primavera e hanno trattenuto a lungo il fiato per capire che cosa sarebbe successo in estate e in autunno. Alla fine le porte dei campeggi si sono riaperte, ma la grande domanda che aleggiava sul mercato era: gli ospiti arriveranno?

Il numero di pernottamenti ci dice com'è andata. Gli ospiti sono arrivati. Talvolta numerosi, più spesso in modo frammentario. Praticamente in nessun paese si sono visti numeri migliori del 2019. Tuttavia, sia a livello europeo e talvolta anche regionale, ci sono state grandi differenze.
E rispetto per esempio agli alberghi e ai viaggi organizzati, il settore del campeggio ha visto anche risultati positivi.

Paesi Bassi: -4%
L'Istituto statistico olandese ha calcolato che il numero di pernottamenti turistici nei Paesi Bassi nel 2020 è diminuito del 30% rispetto al 2019. Con una riduzione del 4%, i campeggi hanno fatto registrare un risultato relativamente buono. Nel 2020, nei campeggi olandesi si sono avuti 21 milioni di pernottamenti. Il numero di pernottamenti degli Olandesi nel loro paese è aumentato del 10%. Questo aumento non è tuttavia bastato a compensare il calo del numero di pernottamenti dei turisti stranieri (-42%).

Grandi differenze in Germania
La Germania mostra diverse affinità con i Paesi Bassi. I numero di pernottamenti nei campeggi (circa 34 milioni) è stato inferiore solo del 5% al 2019, anno record. E anche qui la stagione è stata salvata dai campeggiatori tedeschi. I 32 milioni di pernottamenti interni sono un nuovo record, mentre i 2,2 milioni di pernottamenti di ospiti stranieri hanno fatto segnare un nuovo punto di minimo. Vi sono tuttavia grandi differenze regionali. Le regioni del nord del paese come la Sassonia-Anhalt (+24.9%) e il Meclemburgo-Pomerania (+10.8%) hanno lavorato bene, mentre il Saarland (-22.6%), la Turingia (-15.1%) e il Baden-Württemberg (-15%) sono stati duramente colpiti dalla crisi.

Grande calo in Francia
La Francia ha avuto una stagione brevissima, con un numero di prenotazioni fino a tutto giugno molto ridotto. Poiché molti Francesi hanno scelto di trascorrere le vacanze in patria, il danno in luglio e agosto è stato contenuto, con -10%/-15% di prenotazioni rispetto al normale. I dati ufficiali della stagione non sono ancora stati resi noti, ma diverse fonti parlano di cali che vanno dal 15 al 40%. Le differenze però sono notevoli. I campeggi con molte piazzole libere e molto dipendenti dagli ospiti stranieri sono stati colpiti più duramente di quelli con molte sistemazioni in affitto. E grazie al perdurare del caldo nell'Ardèche e in Provenza, i campeggi all'interno e in montagna hanno fatto buoni affari.

Stagione disastrosa in Italia
In Italia ci sono pochi punti positivi da ricordare per il 2020. Il settore del campeggio in Italia dipende in larga misura dagli ospiti stranieri (provenienti soprattutto dal Nord Europa) e questo è visibile dai dati. Il numero di pernottamenti di ospiti stranieri è calato addirittura del 71% rispetto al 2019. Dal punto di vista economico si tratta di una perdita di trenta miliardi di euro di fatturato.

Diminuzione in Spagna
Anche in Spagna la stagione è stata deludente. L'Istituto Nazionale di Statistica ha calcolato che il numero di pernottamenti nei campeggi è stato di 21,7 milioni. Una riduzione del 46.7% rispetto al 2019. Anche qui sono gli ospiti stranieri a non essere arrivati.
Il numero di pernottamenti in campeggio di ospiti stranieri è calato del 66.8%. Guardando al settore turistico spagnolo nel suo insieme, la quota dei campeggi è aumentata. I pernottamenti in campeggio hanno rappresentato il 15% del totale, mentre nel 2019 si parlava dell'8.5%.

Croazia duramente colpita
Un altro paese duramente colpito dal coronavirus è la Croazia. Nel 2020 si sono registrati circa 9,1 milioni di pernottamenti in campeggio, con circa 1,3 milioni di arrivi. Questo significa una riduzione del 53% dei pernottamenti e del 56% degli arrivi rispetto al 2019. La quota dei Croati che è andata in campeggio nel suo paese è arrivata alla cifra record del 6%. E tuttavia non è assolutamente bastato a compensare la perdita degli ospiti stranieri. Hanno disertato la Croazia soprattutto gli Olandesi (-82%) e gli Italiani (-77%), ma sono mancati anche i Tedeschi (-49%), gli Austriaci (-67%) e gli Sloveni (-30%).

Qualche numero in più
Anche altrove in Europa i dati sono negativi. In Austria per esempio i pernottamenti in campeggio sono calati del 12.6%. La Danimarca ha avuto una situazione simile a quella dei Paesi Bassi e della Germania e ha contenuto il calo al 3%. La Repubblica Ceca (+3%) è uno dei pochi paesi che ha migliorato il dato del 2020 rispetto a quello del 2019.

Diversità europea

I dati mostrano chiaramente una dicotomia in Europa. A causa delle misure restrittive, è mancato il grande spostamento turistico dei Nord Europei verso il sud del continente. I campeggi dei paesi molto dipendenti dagli ospiti europei hanno sofferto molto. Nel Nord Europa, le conseguenze sono state minori perché molte persone hanno scelto di trascorrere le vacanze nel loro paese.

Gentili proprietari, gentili direttori,

Siamo all'inizio di una nuova stagione. Sembra una cosa normalissima, ma dopo quanto è successo nel 2020 sappiamo che le cose saranno molto diverse. Dopo un anno disastroso per il settore del turismo, il coronavirus ci tiene ancora in pugno, ma la stretta sembra allentarsi. Speriamo tutti in un effetto positivo delle campagne di vaccinazione. Nonostante il futuro sia ancora incerto, voglio darvi un messaggio di speranza. Perché anche se il coronavirus ci ha colpiti tutti duramente, questo tempo speciale ci offre prospettive nuove.

"Never let a good crisis go to waste", ha detto Winston Churchill. Ed è esattamente quello che abbiamo fatto lo scorso anno. Nonostante il coronavirus (o forse grazie a lui), ci siamo messi alla ricerca di nuove strategie. Speriamo così di uscire più forti da questa crisi. A pagina 2 avete letto della collaborazione tra ACSI e camping.info. E dietro le quinte siamo stati impegnati tutto l'anno a migliorare le nostre app e i nostri siti.

Lo scorso anno siamo anche rimasti sempre in contatto con i nostri campeggi. Perché questa crisi si supera insieme. Abbiamo chiesto a qualcuno di voi di raccontarci la sua esperienza del 2020 e le attese per il 2021. Ci sono cose negative e cose positive. Purtroppo la situazione non è la stessa in tutta Europa. Il 2020 per alcuni paesi è stato un anno molto buono e sperano di replicare nel 2021. Ma molti altri temono le misure di contenimento che ancora devono osservare. Leggete a pagina 6.

Vi auguro tanta forza per la stagione che sta per aprirsi.

Ramon van Reine
CEO ACSI

L'industria della roulotte e del camper sta bene

ACSI prevede un futuro roseo

La pandemia di coronavirus non ha risparmiato il mondo del campeggio. I primi raggi di sole stanno però facendo breccia tra le nuvole. I dati dell'industria europea della roulotte e del camper fanno intravedere qualche sviluppo positivo. Questo importante indice ha evidenziato anche nel 2020 cifre di vendita in rialzo e questo fa ben sperare per gli anni a venire.

Le conseguenze della crisi economica hanno fatto segnare il punto più basso nel 2013, ma in seguito le vendite di camper e roulotte hanno ricominciato a risalire la china. L'ECF (European Caravan Federation) comunica che il numero di veicoli nuovi venduti nel 2020 in Europa è aumentato dell'11.6% rispetto al 2019. E se il mercato della roulotte è più o meno stabile (-2,9%), cresce invece il numero dei camper nuovi venduti (+20,1%). Diverse fonti indicano inoltre che aumentano anche le vendite del numero di roulotte e camper usati. Per quel che riguarda i Paesi Bassi, il BOVAG (Associazione dei concessionari e delle officine) registra un aumento del 40% per i camper e del 7% per le roulotte nei primi mesi del 2021.

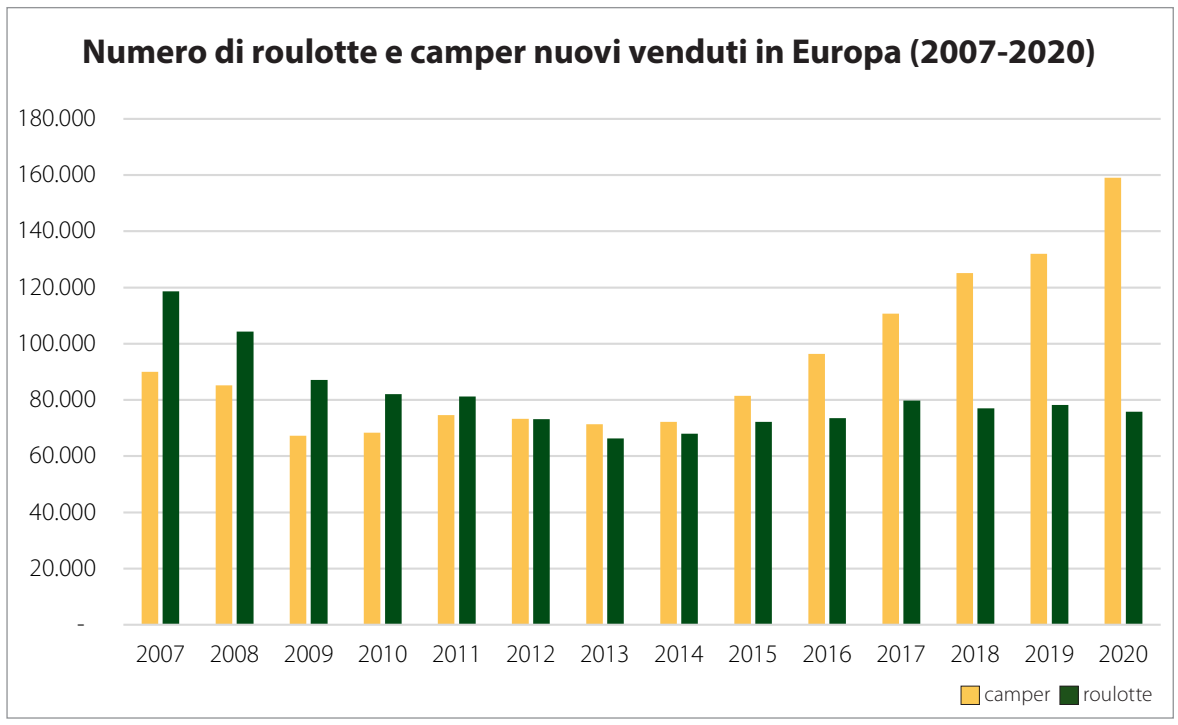
Paesi Bassi, terra di campeggi
I Paesi Bassi sono noti in Europa per essere il paese del campeggio. Guardando al numero di roulotte e di camper ogni 1000 abitanti si capisce quanto questa affermazione sia veritiera. In nessun altro paese questa cifra è così elevata. E con un parco di circa 567.000 roulotte e camper circolanti, i Paesi Bassi si piazzano al quarto posto in Europa. Solo in Germania, Francia e Gran Bretagna circolano più roulotte e più camper.

Pioggia di record in Germania
La Germania occupa orgogliosamente il primo posto in classifica e anche quel paese sembra diventare sempre di più il paese del campeggio. Nel 2020 la Germania è stata uno dei pochi paesi che ha visto aumentare il numero di roulotte nuove vendute (+8.2%), come pure quello dei camper (+44.8%). Anche le vendite di veicoli usati aumentano enormemente. Con un fatturato totale di 12,5 miliardi di euro, l'industria tedesca della roulotte e del camper continua a crescere e segna un nuovo record per il settimo (!) anno consecutivo.

Altri mercati in crescita
Ci sono altri paesi nei quali la vendita di roulotte e camper accelera con forza. La Danimarca, la Svezia e la Finlandia hanno fatto registrare una crescita consistente del numero di roulotte nuove vendute. Il numero di camper nuovi venduti nel 2020 è aumentato moltissimo in Austria (+74.2%), in Germania, Svizzera e in Danimarca. Ma anche i mercati dell'Europa orientale mostrano segni positivi. In Polonia, per esempio, il numero di roulotte vendute è aumentato di più di 100.000 unità e quello di camper di più del 50%.

Nuovi campeggiatori
L'aumento delle vendite nel mercato delle roulotte e dei camper in Europa si inserisce nell'immagine che è andata creandosi negli ultimi tempi. Il campeggio è diventata il modo di andare in vacanza oggi, e sempre più persone scoprono o riscoprono il campeggio. Inoltre, le roulotte e i camper nuovi sono sempre più lussuosi e confortevoli, il che si addice perfettamente ai desideri di questo gruppo di nuovi campeggiatori.

Doppio messaggio
L'aumento delle vendite sembra essere in contrasto con il fatto che i campeggi sono chiusi e con le limitate possibilità di spostamento di questi mesi. Ma l'industria della roulotte e del camper è un indice importante di ciò che si sta preparando per il futuro. I campeggiatori che acquistano oggi una roulotte o un camper, li useranno per andare in vacanza nei prossimi anni. Si preparano per quando sarà di nuovo possibile mettersi in viaggio. Dietro le nuvole splende il sole!



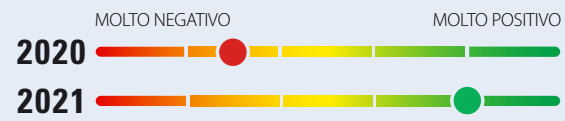
Guardare indietro immaginando il futuro

Abbiamo sentito l'opinione dei campeggi sul Covid

Come hanno vissuto i campeggi europei lo scorso anno? E come vedono il futuro? ACSI ha fatto queste domande a 39 campeggi di 23 paesi europei. Le risposte danno una buona immagine delle conseguenze che il Covid-19 ha avuto lo scorso anno sui campeggi in tutta Europa: dalla Grecia alla Svezia e dal Portogallo alla Finlandia.

Le esperienze sono piuttosto diverse. Non c'è da stupirsi, perché se alcuni campeggi nonostante la pandemia hanno avuto un 2020 abbastanza positivo, per altri è stato uno dei peggiori anni di sempre. Per il 2021, i campeggi del soleggiato sud, dell'estremo nord e del lontano est si aspettano di poter vivere una stagione di vacanze abbastanza normale. Sorprende che soprattutto i camping tedeschi vedano l'ormai prossima stagione meno favorevolmente rispetto ai loro colleghi di altri paesi. Spesso molti campeggi dicono di avere avuto, lo scorso anno, tante dimostrazioni di affetto e sostegno da parte dei loro ospiti.

Fatturato 2020 e attese per il 2021

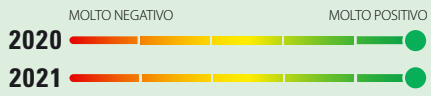


In questo articolo abbiamo chiesto a tutti i campeggi il loro fatturato del 2020 rispetto a quello del 2019. E le attese per quello del 2021, sempre rispetto al 2019. Per ogni campeggio viene visualizzato un valore tra molto negativo (a sinistra), e molto positivo (a destra).

Neset Camping, *Byglandsfjord* **

Per noi la stagione 2020 è stata la migliore di sempre. Fortunatamente nella nostra regione ci sono stati solo tre casi di contagio da Covid in tutto l'anno e quindi i nostri ospiti si sono sentiti assolutamente al sicuro. È importante che tutti prendano con serietà il Covid e che si preoccupino degli altri. Ed è altrettanto molto importante che tutto sia pulito con detergenti antibatterici. Sanifichiamo molto spesso e manteniamo le distanze raccomandate. Per la prossima stagione ci aspettiamo di nuovo molti ospiti norvegesi nel nostro campeggio. E se si potrà viaggiare, speriamo di poter accogliere di nuovo anche molti turisti stranieri.

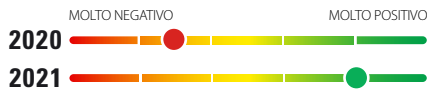
"Il 2020 è stato l'anno migliore di sempre"



Alevi Camping, *Stöllet*

"Abbiamo affrontato bene la crisi pandemica"

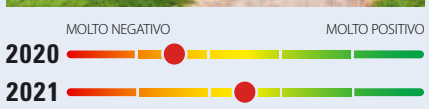
Grazie anche all'adesione alla CampingCard ACSI, siamo da anni un campeggio molto orientato all'Europa. I nostri ospiti provengono da almeno 11 paesi europei diversi. Questo mercato però non c'è assolutamente stato. Con grande entusiasmo lo scorso anno abbiamo accolto tantissimi ospiti svedesi. Siamo quindi riusciti a salvare in gran parte la stagione. Ci aspettiamo di poter rivedere queste persone nei prossimi anni: una conseguenza positiva della pandemia. Siamo stati in grado di affrontare bene la situazione di crisi. Poiché negli scorsi anni abbiamo lavorato molto sui target, siamo abituati a cercare sempre una soluzione. E questa capacità si è rivelata molto utile.

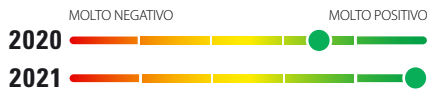


Ranua Zoo Camping, *Ranua*

Abbiamo visto aumentare il numero di ospiti solo nell'estate del 2020. Il resto della stagione è stato ovviamente negativo. Siamo stati molto attenti alla pulizia e alla sanificazione dei nostri spazi all'interno del campeggio. Abbiamo anche sempre raccomandato ai nostri ospiti di mantenere le distanze, lavarsi spesso le mani e utilizzare la mascherina. Fortunatamente abbiamo avuto anche begli incontri con ospiti che non ci conoscevano ancora o che erano stati da noi magari una sola volta in passato. Un'importante lezione che abbiamo imparato dallo scorso anno e che dobbiamo prenderci cura gli uni degli altri. Per il nuovo anno ci auguriamo che la stagione nella nostra bella regione possa essere positiva.

"Dobbiamo prenderci cura gli uni degli altri"





Horsens City Camping, *Horsens*

"Gli ospiti hanno capito che stavamo cercando di fare del nostro meglio"

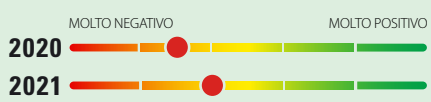
Abbiamo avuto una primavera davvero negativa, con pochi ospiti. Ma da metà giugno i turisti sono tornati. Conseguenza: in estate eravamo al completo, soprattutto grazie agli ospiti danesi. In genere iniziamo la stagione con una colazione di Pasqua fatta tutti insieme, ma quest'anno non abbiamo potuto farlo. Abbiamo quindi preparato per ogni cliente un box gratuito con la colazione. Gli ospiti hanno capito che stavamo cercando di fare del nostro meglio. Dal periodo della pandemia abbiamo imparato che dobbiamo essere in grado di adattarci alle nuove circostanze. Per la prossima stagione ci aspettiamo molto, sicuramente ora che i danesi hanno scoperto il fascino di andare in campeggio nel loro paese.

Ardoer Camping De Heldense Bossen, *Helden*

Marcel Timmermans

"Speriamo che l'autunno possa essere positivo"

La primavera del 2020 è stata un disastro. L'estate invece è stata buona, ma non siamo riusciti a colmare le perdite subite. Per poter fare le cose come si deve abbiamo aumentato il numero di toilette e di docce, si poteva fare il bagno solo mezz'ora al giorno e i contatti alla reception sono stati ridotti al minimo indispensabile. Fortunatamente i nostri ospiti hanno capito che non potevamo fare diversamente, in quella situazione. La crisi dello scorso anno ha dimostrato che siamo assolutamente troppo dipendenti dal governo, in senso sia positivo che negativo. Speriamo quest'anno di poter fare qualcosa di più verso l'estate e di avere un autunno positivo.

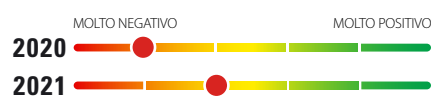


Recreatiepark De Leistert, *Roggel*

Angelique Joosten

In primavera il nostro campeggio è rimasto completamente vuoto. Intorno alle ricorrenze dell'Ascensione e di Pentecoste ci sono state alcune possibilità con l'affitto di toilette private, tende glamping e altre sistemazioni. Ma tutto in misura piuttosto modesta. La perdita di fatturato nel 2020 è stata quindi notevole. Per il 2021 abbiamo mantenuto le tariffe uguali al 2020 e quindi il campeggio è rimasto attrattivo per molti ospiti. Siamo stati premiati. La crisi pandemica ci ha fatto capire che siamo un'organizzazione solida e che siamo resilienti. Insieme si può! Nonostante il nostro ottimismo, le aspettative per quest'anno sono modeste, perché ormai una parte della primavera è persa.

"Siamo resilienti. Insieme si può!"

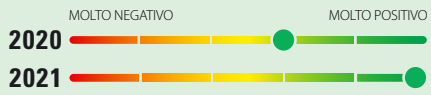


Camping Houtum, *Kasterlee*

Jakke e Vic

Il primo lockdown ci ha spiazzato. Che cosa ci succederà quest'anno? E come potremo resistere economicamente se perdiamo i periodi più importanti per noi come Pasqua, l'Ascensione e Pentecoste? Per fortuna abbiamo avuto una buona estate, perché i belgi hanno scoperto, o riscoperto, che è bello andare in campeggio nel loro paese. E abbiamo sentito dire spesso che gli ospiti si stupivano di quanto sia veramente bello il Belgio! Le crisi sono talvolta anche delle opportunità. Dato che per un anno si è potuto solo viaggiare all'interno dei propri confini, abbiamo aumentato il numero di ospiti nazionali. Speriamo quindi di avere anche quest'anno molti ospiti belgi nel nostro campeggio.

"Le crisi sono talvolta anche delle opportunità"

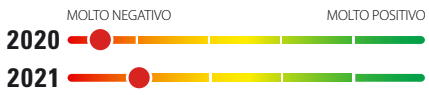


Europacamping Nommerlayen, *Nommern*

Poiché siamo un campeggio abbastanza grande con molto personale, abbiamo deciso di aprire il 1° giugno 2020. Abbiamo quindi perso una parte della primavera. Purtroppo poi l'alta stagione è stata lenta perché i turisti tedeschi e belgi non potevano venire in Lussemburgo. Questo ha causato molti annullamenti. A causa del peggioramento della situazione sanitaria, nemmeno l'autunno è stato il massimo. Per fortuna i nostri ospiti ci hanno dimostrato molto affetto, per esempio mandandoci dei cioccolatini o dei fiori e lasciando mance extra. Questi gesti ci hanno fatto davvero bene. Proviamo a rimanere positivi e a non lasciarci andare. Le cose si sistemeranno.

"Le cose si sistemeranno"

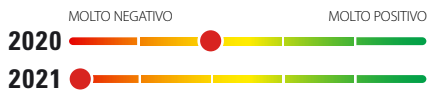
Eline Buehre (destra)



NordseeCamping in Lee, *Westerdeichstrich*

Il 2020 ovviamente è stato un anno particolare, con la stagione iniziata solo a maggio e finita in ottobre. Ma quando gli ospiti sono potuti arrivare di nuovo, erano super felici. Quando all'inizio abbiamo dovuto tenere chiusi i servizi igienici ci sono state naturalmente delle disdette. Le nostre misure igieniche hanno funzionato benissimo e sono state rispettate perfettamente. Secondo noi è questo il modo di affrontare questa crisi. Pensiamo che sia incomprensibile che in Germania i campeggi siano in fondo alla lista delle riaperture. Questo proietta un'ombra negativa sulla stagione 2021. Fortunatamente le previsioni a lungo termine sono migliori!

"Le nostre misure igieniche sono state rispettate perfettamente"

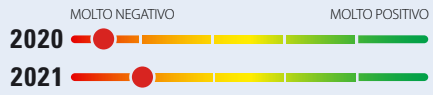


Campingplatz Moselhöhe, *Heidenburg*

Purtroppo abbiamo avuto una grande perdita di fatturato perché abbiamo potuto aprire molto più tardi del normale. E durante i mesi nei quali abbiamo potuto accogliere i clienti non siamo comunque riusciti a compensare le perdite. Ma la felicità nostra e dei nostri ospiti quando abbiamo riaperto è stata davvero qualcosa di fantastico.
Per venire incontro ai nostri ospiti, dato non è stato possibile venire in campeggio per tutta la stagione, abbiamo deciso di non aumentare i prezzi nel 2020. E la cosa è stata apprezzata. Quello che il Covid ci ha insegnato è che non è possibile dare per scontate la vita e la salute.

"Abbiamo deciso di non aumentare i prezzi"

Hendrik van Dijk

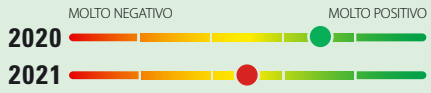


Strandcamping Waging am See, *Waging am See*

Niki Jebinger

Durante la crisi pandemica abbiamo cercato di adattarci il più possibile alle attese degli ospiti. Abbiamo adottato condizioni di annullamento più flessibili, creato un programma di animazione online e una spiaggia privata solo per i campeggiatori. Tutto ciò è stato molto apprezzato dai nostri ospiti. Abbiamo ricevuto il supporto degli ospiti per esempio quando alcuni hanno rinunciato alla restituzione della caparra dopo aver annullato la prenotazione. Se c'è una cosa che abbiamo capito lo scorso anno è l'importanza di avere condizioni di prenotazione molto flessibili per i nostri clienti. Poiché le vacanze in campeggio sono sempre più popolari, guardiamo con fiducia al futuro.

"Guardiamo con fiducia al futuro"

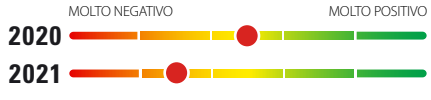


AZUR Campingpark

Fino all'apertura dei nostri campeggi nel giugno del 2020, la situazione è stata difficile. Ma nei mesi successivi siamo stati molto soddisfatti. La chiusura da novembre 2020 fino ad oggi secondo noi è stata assolutamente inaccettabile. Siamo venuti incontro ai nostri clienti con procedure di prenotazione più flessibili e concentrandoci maggiormente sulla possibilità di prenotare online. Lo scorso anno abbiamo imparato come si gestiscono le situazioni di crisi e a lottare per la sopravvivenza dei nostri campeggi. Non è possibile sopportare ancora a lungo la situazione attuale. Pensiamo anche che il settore turistico non abbia sofferto tutto allo stesso modo. Il nostro futuro è ancora molto incerto.

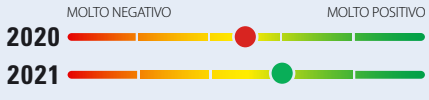
"Dobbiamo lottare per la sopravvivenza"

Oliver Frank



AlpenCamping, *Meiringen*

Per fortuna lo scorso anno per noi è stato molto positivo. Abbiamo potuto riaprire solo il 6 giugno, ma abbiamo realizzato lo stesso fatturato del 2019. Quello che abbiamo notato nel 2020 è che in Svizzera siamo visti più come fornitori di sistemazioni e meno come un campeggio che offre soluzioni per il benessere e il tempo libero. Gli ospiti ci hanno detto di essere grati perché eravamo aperti. Molto positivo. Ma quello che abbiamo imparato è che le autorità, anche locali, possono essere assolutamente imprevedibili nelle politiche che adottano. Nonostante tutto, ci attendiamo che il 2021 sarà un anno positivo.



"Ci attendiamo che il 2021 sarà un anno positivo"

Alpenferienpark Reisach, *Reisach*

Lo scorso anno abbiamo avuto tanti annullamenti e cambiamenti di prenotazioni. C'è stato inoltre un calo del 20% dei pernottamenti. In caso di annullamento abbiamo dato la possibilità ai clienti di spostare la prenotazione all'anno successivo (senza costi extra). Per fortuna molti ospiti ne hanno approfittato. Molto apprezzato è stato il gesto di molti ospiti fissi di non spostare la caparra all'anno successivo, ma di pagarcene una nuova. La pandemia di Covid ci ha insegnato ad essere veramente flessibili.

"La pandemia di Covid ci ha insegnato ad essere veramente flessibili"

Jennifer e Andries van der Haar

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Erlebnis Comfort Camping Aufenfeld, *Aufenfeld*

Nella primavera del 2020 abbiamo avuto tre mesi di perdita di fatturato. La stagione invernale (iniziata a settembre) l'abbiamo persa completamente. A causa delle numerose cancellazioni, i clienti non sono stati soddisfatti. Per questo abbiamo adottato condizioni di annullamento particolari. Abbiamo pensato anche a sconti per i clienti fissi e a offerte di ogni tipo. Un bel gesto: un cliente ci ha detto di non volere indietro la caparra per aiutarci in quei momenti difficili. È stato bellissimo vedere la lealtà dei clienti e dei collaboratori. Nonostante l'avvio negativo del 2021, pensiamo di poter avere una stagione positiva.

"La lealtà dei clienti e dei collaboratori è molto bella"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camping Leiputrija, *Adazu Nov.*

Agris Perro

Siamo un tranquillo campeggio lettone che dipende molto dai turisti stranieri ma nel 2020 ovviamente ne abbiamo visti pochi. C'è stata una "bolla baltica" , ma le vacanze in campeggio non sono ancora così praticate nel nostro paese per garantire di avere molti ospiti locali. Di fatto abbiamo lavorato bene solo da metà giugno a metà agosto. Vista la grande dipendenza dai turisti stranieri e l'ancora imprevedibile politica europea per noi è ancora difficile fare previsioni per il 2021. La Lettonia ha molto da offrire dal punto di vista della natura e degli spazi, ma i turisti devono poter arrivare.

"Siamo molto dipendenti dai turisti stranieri"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Monika Jeka

Camping Alexa, *Chlapowo*

Lo scorso anno è stato caotico, con tante cancellazioni e spostamenti di prenotazioni. Abbiamo anche accolto tanti ospiti che venivano in vacanza da noi con la roulotte o il camper per la prima volta. Talvolta hanno avuto bisogno di aiuto per sistemare la veranda o il riscaldamento e li abbiamo aiutati volentieri. Per rispettare le regole abbiamo anche allargato un po' le piazzole e pulito e sanificato più spesso. Non dimenticheremo tanto facilmente i volti felici delle persone che abbiamo accolto. Speriamo che quest'anno sia un po' migliore di quello passato. Siamo pronti a tutto!

"Abbiamo visto molti "nuovi" campeggiatori"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camping Sokol Praha, *Praha 9/Dolní Pocernice*

Il 2020 è stato una vera sfida per noi, a causa della costante imprevedibilità della situazione dovuta alla pandemia. Bisogna sempre aspettarsi l'inaspettato, questo l'abbiamo capito. Il mercato del campeggio interno in Repubblica Ceca è piuttosto ridotto e molti campeggi dipendono quindi molto dagli ospiti stranieri. I turisti sono andati nei campeggi immersi nella natura, ma noi siamo un campeggio di città, in un quartiere periferico di Praga e quindi abbiamo avuto maggiori difficoltà. Grazie alla nostra politica di snellimento delle prenotazioni, degli acconti e degli annullamenti abbiamo comunque avuto dei clienti. Spesso si sono meravigliati dell'atmosfera rilassata di un campeggio di città, vicino al centro di Praga.

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

"Il 2020 ci ha insegnato ad aspettarsi sempre l'inaspettato"

Camping Bled, *Bled*

A causa del lockdown siamo stati chiusi fino al 12 giugno 2020. Quando normalmente apriamo il 1° aprile. Poiché c'è stata molta confusione relativamente alla chiusura dei confini, il nostro ufficio prenotazioni è stato molto impegnato con gli annullamenti, i cambiamenti e le conferme delle prenotazioni. Dopo che sono state eliminate le limitazioni agli spostamenti tra paesi, la stagione estiva è stata un successo. E alla fine il fatturato è stato simile a quello del 2019. La crisi pandemica ci ha avvicinato gli uni agli altri. L'avere avuto una stagione estiva molto positiva è stato un lavoro di squadra. Speriamo per quest'anno di poter aprire il campeggio prima dell'estate e di poter avere una buona stagione.

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

"La crisi pandemica ci ha avvicinato gli uni agli altri"

Zaton Holiday Resort, *Zaton/Nin (Zadar)*

"Il sostegno dei nostri ospiti ci ha aiutato molto"

Frane Skoblar

Rispetto al 2019, anno record per noi, nel 2020 abbiamo avuto una forte riduzione del fatturato. Sono arrivati meno ospiti da paesi importanti per noi, come i Paesi Bassi, la Danimarca e l'Italia. A causa delle misure contro la pandemia, abbiamo dovuto modificare molti elementi della gestione aziendale. Ma è stato ancora più bello poter continuare a dare il benvenuto ai nostri ospiti. Anche le centinaia di email e post di incoraggiamento sui social ci hanno aiutato a superare una stagione così difficile. Abbiano visto che nemmeno una pandemia riesce a fermare il turismo; speriamo che i test rapidi e le vaccinazioni possano far sì che il 2021 sia l'anno della svolta.

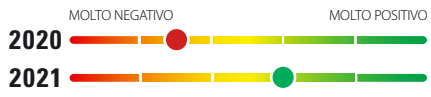
MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camping Stobreč Split, *Stobrec*

Il turbolento 2020 è stato per noi pieno di sfide. Abbiamo dovuto modificare radicalmente la nostra organizzazione. A causa di tutte le cancellazioni e degli spostamenti di prenotazioni sul 2021. È stato importante modificare i protocolli igienici

"Il turbolento 2020 è stato per noi pieno di sfide"

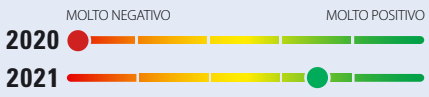
per poter rispettare le normative. Il settore turistico ha visto cambiamenti notevoli. È aumentato il numero di pernottamenti di ospiti nazionali. Abbiamo capito una cosa: che la salute e la sicurezza devono sempre essere messe al primo posto quando i clienti prenotano una vacanza. Per il 2021 ci attendiamo molte prenotazioni last minute grazie alle vaccinazioni e all'arrivo della bella stagione.



Camp Sojka, *Malatíny*

"Siamo dovuti rimanere tranquilli e limitare i costi"

Il nostro campeggio è stato chiuso per quasi tutto il 2020. Non abbiamo solo avuto il problema del coronavirus. In primavera ci sono state anche delle inondazioni. Un anno, quindi, davvero disastroso. Per fortuna siamo dovuti rimanere tranquilli ricevuto molti messaggi di affetto dai nostri ospiti sui canali social. Bellissimi da leggere! Lo scorso anno siamo dovuti rimanere tranquilli, limitare i costi e prepararci per un nuovo avvio. Siamo ottimisti, confidiamo in una bella estate 2021 e in un bel auttuno.

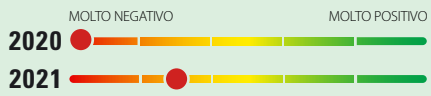


Ibro Zalihic

Camping Mali Wimbledon, *Mostar*

L'impatto del coronavirus è enorme. Nel 2020 abbiamo avuto solo dieci ospiti. Per fortuna abbiamo una piscina grande, che abbiamo aperto ai turisti locali. Abbiamo sistemato i flaconi con il disinfettante nei servizi igienici e abbiamo pulito sempre tutto con attenzione. Abbiamo ricevuto reazioni positive dai nostri ospiti e per fortuna anche i nostri partner, come ACSI, ci hanno sostenuto. Le vicende dell'anno scorso ci anno insegnato ad essere flessibili e ad avere un "piano B" sempre pronto. E anche se per il 2021 ci aspettiamo dei miglioramenti, pensiamo che ci saranno ancora molte misure di limitazione.

"Abbiamo aperto la nostra piscina agli ospiti locali"



Camping Erodios, *Gialova/Pylos*

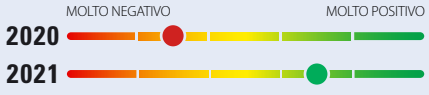
Lo scorso anno abbiamo avuto molte cancellazioni last minute. Per fortuna abbiamo trovato piuttosto in fretta il modo di affrontare la situazione. Abbiamo controllato la temperatura dei nostri ospiti e abbiamo attivato la possibilità di ordinare online la spesa in negozio e i piatti del ristorante. Siamo stati supportati molto dai nostri ospiti che purtroppo non sono potuti venire in Grecia. Speriamo di poter dar loro di nuovo presto il benvenuto. Anche per la prossima stagione la nostra priorità maggiore rimane la salute di tutti. Se tutti si comportano in modo serio, speriamo di poter trascorrere insieme un'estate sicura.

"La priorità maggiore per quest'estate è la salute"

Erwlon Caravan & Camping Park, *Llandovery*

"Per la prima volta dagli anni '60 abbiamo dovuto chiudere"

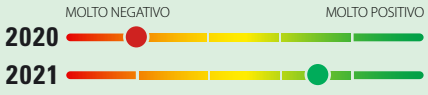
Nel 2020 siamo stati chiusi fino a luglio e colmo della sfortuna, abbiamo dovuto richiudere in autunno e inverno. Per la prima volta dagli anni '60 del secolo scorso, il nostro camping ha dovuto rimanere chiuso! Grazie agli aiuti del governo ce l'abbiamo fatta. Per fortuna abbiamo sempre avuto standard elevati di igiene e manutenzione, quindi le modifiche che abbiamo dovuto fare sono state poche. Nel 2021 manterremo le stesse procedure dello scorso anno. Ci aspettiamo un aumento del numero di ospiti. Pensiamo che ci saranno meno arrivi dall'estero, ma che più inglesi trascorreranno le vacanze nel loro paese, costretti dalla necessità.



Camping Kalami Beach, *Plataria/Igoumenitsa*

"Ovviamente molti campeggiatori avevano paura"

Lo scorso anno abbiamo avuto meno ospiti. Ovviamente molti campeggiatori avevano paura del virus. In campeggio abbiamo fatto in modo che fossero rispettate le distanze previste e abbiamo sistemato in diversi punti i flaconi di disinfettante. Abbiamo anche ridotto il numero di tavoli al ristorante. La pandemia ci ha insegnato a superare le situazioni difficili e ad adottare modalità di lavoro flessibili. Poiché sempre più persone sono vaccinate e tutti sono forse più consapevoli del pericolo che il coronavirus rappresenta, speriamo che la stagione 2021 sia migliore.



Camping La Belle Étoile, *La Rochette*

Luc e Yvonne Pelee de Saint Maurice

Lo scorso anno abbiamo avuto una perdita di fatturato del 50% circa perché non abbiamo avuto nessun arrivo dall'estero. Per gli ospiti che comunque hanno soggiornato nel nostro campeggio abbiamo investito nell'igiene. Abbiamo acquistato una macchina per la disinfezione delle roulotte fisse e dei servizi igienici. Una cosa bella è stata che alcuni nostri clienti fissi hanno telefonato per chiederci come andavano le cose. E poi ci sono state persone che hanno annullato la vacanza ma che hanno rinunciato alla restituzione della caparra. Un bel gesto. Non sappiamo come sarà il 2021, ma speriamo molto nel 2022, se la campagna vaccinale funzionerà bene.

"Alcuni clienti hanno telefonato per chiederci come andavano le cose"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

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

"È importante rassicurare i clienti"

All'inizio della stagione avevamo circa il 20% in meno di ospiti francesi e stranieri. Ci sono stati anche annullamenti di gruppi sia in alta che in bassa stagione. Ciò che ci ha aiutato moltissimo è stata la riapertura del campeggio in giugno. Nei due mesi estivi siamo riusciti a limitare molte delle nostre perdite. La crisi dovuta alla pandemia ci ha fatto capire che bisogna essere previdenti nelle spese e che è importante che i clienti siano rassicurati sulle condizioni di prenotazione. Non abbiamo aspettative per il futuro, ma speriamo di poter ricevere in alta stagione molti turisti provenienti da paesi diversi dalla Francia.

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Domaine de la Gautière, *Buis-les-Baronnies*

La gestione del nostro campeggio durante la pandemia ha richiesto un approccio diverso, per garantire il benessere dei nostri clienti e il nostro. In alcuni luoghi era necessario indossare la mascherina, c'erano dei percorsi predefiniti per la reception e abbiamo lavorato con strumenti di pulizia speciali. E non senza risultati, perché gli ospiti hanno detto di sentirsi più sicuri rispetto ad altri campeggi. Manterremo in vigore anche in futuro misure igieniche particolari, come quella di lavarsi spesso le mani. Il Covid ci ha insegnato a proteggerci dai nemici invisibili. Speriamo di poter accogliere di nuovo quest'anno turisti olandesi, tedeschi e belgi.

"Gli ospiti si sentivano più sicuri che in altri campeggi"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camping Biarritz, *Biarritz*

La mancanza di turisti stranieri nel nostro campeggio purtroppo ha avuto conseguenze economiche rilevanti. Ma per rendere più che sicuro il soggiorno di chi è venuto da noi abbiamo naturalmente investito nell'igiene. Abbiamo osservato tutti i protocolli di sicurezza. Abbiamo organizzato l'asporto per poter comunque avere un servizio di ristorazione. Per fortuna abbiamo avuto l'aiuto di Airotel, la catena di campeggi di cui facciamo parte. La crisi ci ha insegnato molto. Per esempio che è importante investire nell'attrattività per i turisti. Stranieri e fare dei sondaggi tra i clienti è stato molto utile per conoscere ancora meglio i loro desideri.

Alexis Dubor

"Per fortuna la catena di campeggi ci ha aiutati"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camp du Domaine, *Bormes-les-Mimosas*

L'anno scorso abbiamo avuto una perdita di fatturato del 37%, soprattutto in bassa stagione. Abbiamo accolto però più turisti francesi e più nuovi clienti. La sicurezza nel nostro campeggio è stata garantita dalle severe misure di igiene che abbiamo adottato. Un team dedicato sanificava tutte le strutture e i servizi tre volte al giorno. Abbiamo evitato gli assembramenti agli eventi serali organizzando due turni invece di uno (19.00-21.00 - sanificazione e 21.30-23.30). Piccolo aneddoto simpatico, lo scorso anno abbiamo avuto due ospiti famosi nel nostro campeggio: un calciatore francese che faceva parte della squadra campione del mondo nel 2018 e un'attrice tedesca.

Anne Caillat-Defour

"Un team dedicato sanificava tre volte al giorno i servizi e le strutture"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Camping La Buganvilla, *Marbella/Málaga*

Francisco Sempere Sanchez

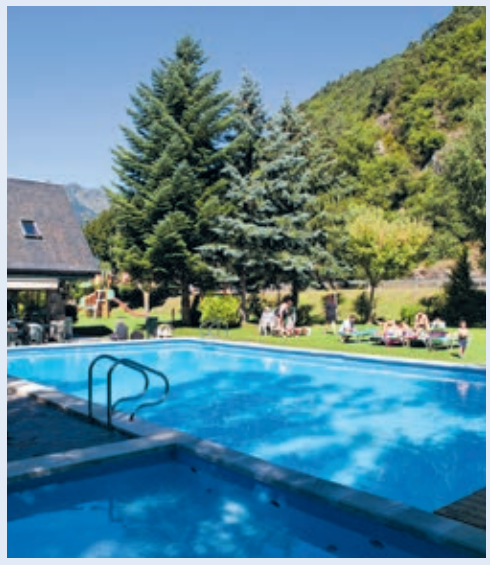
Abbiamo sempre seguito le misure dettate dal Ministero spagnolo della Salute. Cioè mantenimento delle distanze, mascherina indossata correttamente e messa a disposizione di gel disinfettante. Per quanto ne sappiamo, da noi non si è verificato nessun caso di Covid. Né tra i clienti, né tra il personale. Ciò che abbiamo davvero capito in questi mesi è che dobbiamo rispettare le persone più fragili, in questo tempo di pandemia. Ci attendiamo un'estate migliore rispetto a quella del 2020. E speriamo di poter accogliere di nuovo in autunno i tanti turisti del Nord Europa che trascorrono l'inverno da noi.

"Per quanto ne sappiamo, non ci sono stati casi di Covid"

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

Verneda Camping Mountain Resort, *Pont d'Arros*

"È importante costruire la fiducia dei clienti"



Purtroppo siamo stati chiusi fino a tutto giugno 2020. Nelle nostra provincia ci sono state limitazioni agli spostamenti anche in inverno. Abbiamo dovuto rispettare l'obbligo di avere il 20% di ospiti in meno. Questo naturalmente per poter mantenere meglio le distanze. La crisi causata dal Covid ci ha insegnato ad apprezzare il presente, che è importante costruire la fiducia dei clienti. Il turismo interno nel 2021 ci aiuterà. Ma non abbiamo molta fiducia negli ospiti stranieri a causa della lentezza delle campagne vaccinali.

MOLTO NEGATIVO — MOLTO POSITIVO
2020
2021

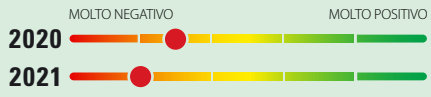
Cepo Verde, *Gondesende/Bragança*

Telmo Cadavez

Lo scorso anno non abbiamo praticamente avuto nessun ospite straniero. C'è stato invece un aumento dei costi dovuti alle procedure di sanificazione. Le entrate generali sono quindi diminuite del 50% circa. Adottando regole speciali per l'utilizzo dei servizi igienici siamo stati in grado di garantire la sicurezza dei nostri ospiti. Molto simpatica una coppia di inglesi che

"I mesi della pandemia sono stati molti istruttivi"

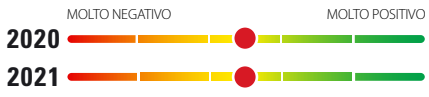
è rimasta a lungo in uno dei nostri chalet anche quando il resto del campeggio era vuoto, per aiutarci a realizzare qualche introito. Abbiamo trascorso insieme alcune settimane fantastiche. I mesi della pandemia sono stati molti istruttivi. Abbiamo dovuto imparare a resistere con pochi mezzi.



Camping Turiscampo, *Luz/Lagos*

"Positivo il fatto che siano riusciti a trovarci"

L'impatto del lockdown sul nostro campeggio è stato pesante. In luglio e agosto dello scorso anno c'è stato pochissimo da fare. I pochi ospiti che sono arrivati erano di nazionalità diversa rispetto a quelli degli anni precedenti. Molto positivo il fatto che siano riusciti a trovare il nostro campeggio. Facendo molta attenzione all'igiene e al numero massimo di persone in alcuni punti del campeggio, i nostri ospiti sono stati al sicuro. Il fatto che lo abbiano percepito per noi è stato molto importante. Come andrà quest'anno non lo sappiamo. Ci saranno ancora molti problemi con i voli e anche la politica è un fattore di incertezza.

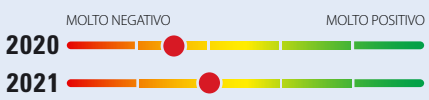


Gruppo Human Company

Camping Norcenni Girasole

"Il 2021 sarà simile al 2020"

Lo scorso anno abbiamo visto quanto i fattori esterni possano influire sul settore turistico. Tutti hanno dovuto mettere in atto enormi capacità di adattamento. Abbiamo suddiviso i budget per le vendite in modo diverso, abbiamo formato di nuovo il nostro personale, modificato le infrastrutture e adottato un sistema di prenotazioni online per i ristoranti e le consegne. Dedicato attenzione ancora maggiore alla pulizia e all'igiene. I nostri ospiti hanno quindi potuto godersi una bella vacanza. Abbiamo notato anche molta attenzione alle misure di sicurezza. A nostro parere, il 2021 sarà abbastanza simile al 2020. Quindi una riduzione della domanda internazionale e molte prenotazioni last minute.



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

Il 2020 è stato un anno difficile. La stagione è stata più breve del normale e abbiamo deciso di aprire solo due dei nostri tre campeggi. Gli investimenti sono temporaneamente fermi e purtroppo lo saranno ancora. Dopo il disastro dei voucher è chiaro che dobbiamo cambiare completamente il sistema degli acconti che i clienti versano per le vacanze. Le persone sono spaventate. Poiché la campagna vaccinale in Europa non sta ancora procedendo spedita, ci attendiamo nel 2021 una stagione soprattutto con molti turisti interni. Anche se naturalmente l'umore sarà di nuovo alle stelle non appena si potrà rimettersi in viaggio.

Camping Due Laghi

Camping San Cristoforo

Fiemme Village

"Per ora tutti gli investimenti sono fermi"

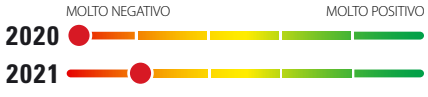
Villaggio Turistico Internazionale, *Bibione*

Andrea Granzotto

La pandemia ha sconvolto tutte le nostre certezze. Abbiamo dovuto improvvisamente modificare il nostro modo di lavorare, dopo una pioggia di annullamenti e di prenotazioni cambiate. Abbiamo creato un piano aziendale ad hoc con procedure chiare per la pulizia, l'animazione, la reception e il distanziamento fisico. Siamo quindi stati in grado di offrire un ambiente sicuro ai nostri

"Speriamo in una ripresa dal mese di giugno"

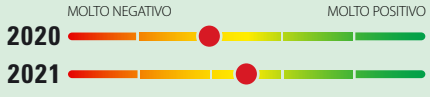
ospiti. Per fortuna abbiamo visto che i clienti sono stati molto comprensivi. Per quel che riguarda il fatturato, ci attendiamo che il 2021 si ponga a metà tra il 2019 e il 2020. Le misure di contenimento del Covid nei primi mesi avranno ancora un ruolo importante. Speriamo di poter vedere la ripresa da giugno.



Baia Domizia Camping Village, *Baia Domizia*

"Il 2021 sarà in gran parte simile al 2020"

Nel 2020 abbiamo avuto una perdita di fatturato e una riduzione del numero di ospiti stranieri. Il numero di campeggiatori provenienti dalla regione è stato più o meno uguale. Affinché i nostri ospiti fossero più che sicuri, abbiamo creato più distanze e piantato più verde. È stato difficilissimo regolamentare tutto, ma abbiamo visto che con molta forza di volontà è possibile affrontare con successo situazioni che a prima vista sembrerebbero impossibili. Per fortuna i nostri ospiti hanno reagito positivamente ai cambiamenti e hanno rispettato le misure di sicurezza. Ci aspettiamo che il 2021 sarà in gran parte simile al 2020.



Enrico Toffano

Costruire un marchio forte

Intervista ad Hannes Müller di TourTouch

Cos'è TourTouch? Ci può fare una breve presentazione?

In TourTouch amiamo il campeggio e la vita all'aria aperta. Partendo da questa passione contribuiamo allo sviluppo del settore del campeggio. La nostra forza sta nella digitalizzazione, nell'esperienza e nella gestione aziendale. Si sta affacciando sul mercato una nuova generazione di campeggiatori e siamo convinti che abbiano bisogno di due cose: un accesso rapido al "prodotto" e un'esperienza in campeggio autentica. Con TourTouch supportiamo campeggi in Germania, Austria e Svizzera nel settore del marketing, della gestione aziendale e nell'esperienza del cliente. Insieme ai nostri clienti viviamo tutti i giorni le sfide di un mercato sempre in evoluzione, che porta con sé una nuova generazione di campeggiatori. E di recente ovviamente anche le conseguenze della pandemia.

Che cosa ha fatto la Sua azienda lo scorso anno, quando avete dovuto lavorare soprattutto online?

Nonostante la crisi dovuta al coronavirus, il settore del campeggio ha continuato ad evolversi. Alcuni campeggi hanno utilizzato questo periodo per migliorarsi. Tutti hanno avuto tante cose da fare. Abbiamo creato un portale didattico online, che abbiamo chiamato CAMPUS. I campeggi hanno potuto guardare presentazioni, interviste e tutorial sulle tematiche più importanti del settore. Queste importanti informazioni sono accessibili a tutti su **tourtouch.de/campus** (solo in tedesco).

TourTouch quest'anno ha fatto una presentazione di successo sul sito NCT (Norddeutscher Campingtag) parlando della costruzione di un marchio forte per il campeggio. Sono stati messi in evidenza tre elementi importanti: la costruzione del marchio, il suo posizionamento e il marketing specializzato. Ci può spiegare meglio?

Inanzitutto per costruire un marchio serve averlo. Sembra scontato, ma c'è molto di più di quanto non si potrebbe pensare a prima vista. Un marchio deve essere presentato in maniera coerente e standardizzata. Questa presentazione può avvenire con un logo, una forma e dei colori (fissi). Inoltre il campeggio fa promesse precise sulle vacanze e la qualità che i clienti si attendono. La gestione aziendale deve quindi essere in grado di far sì che tali promesse diventino realtà. E per molti campeggi questo è un problema per il quale noi possiamo aiutarli. È facile trovare belle immagini e slogan accattivanti. Ma è una sfida tenere alto il livello dei servizi dal momento della prenotazione fino al termine della vacanza. Sicuramente se un campeggio vuole anche fare attenzione ai costi.

Costruzione del marchio:
- Presentazione coerente e professionale
- Promesse sulle vacanze e la qualità
- Gestione aziendale adeguata

Quando il marchio del campeggio è pronto, nasce una nuova sfida: il suo posizionamento. Il campeggio può utilizzare diversi strumenti: il suo sito Internet, "Google My Business" e i portali dei campeggi.

Presentazione del marchio:
- Sito Internet
- Google My Business
- Portali dei campeggi

Per prima cosa non si deve sottovalutare l'importanza di avere un buon sito Internet. La reception può essere sollevata da molte incombenze se il cliente trova online le risposte alle domande più frequenti. È necessario quindi disporre di un sito moderno con una struttura di navigazione semplice e chiara. Il sito, poi, deve essere naturalmente facile da trovare nei motori di ricerca e deve invogliare il visitatore ad andare in quel campeggio. È poi necessario che il cliente abbia accesso facile al tuo prodotto, cioè la prenotazione di un posto. Con Google My Business i proprietari possono gestire notizie, orari di apertura e giudizi. Bisogna anche inserire il posizionamento su Google Maps. È quindi importante avere una presentazione forte sui grandi portali dei campeggi, come Eurocampings.eu e Camping.info. Significa disporre di buon materiale visivo e di informazioni aggiornate.

Per la creazione di un marchio servono certo belle foto del campeggio, ma la vera sfida sono i servizi offerti e il mantenimento di un alto livello.

Dopo che il campeggio ha creato un marchio forte e ha realizzato una buona visibilità online, Lei consiglia di specializzare il marketing. Che cosa significa?

Grazie alla specializzazione, il campeggio fa in modo che il marchio sia visto dal pubblico giusto. Si tratta di utilizzare i canali corretti, un approccio specializzato al gruppo target e campagne con obiettivi chiari. Gli obiettivi sono in pratica: tasso di occupazione ottimale, accettazione del prezzo, soddisfazione del cliente e prolungamento della stagione.

Marketing specializzato:
- Canali e contenuti
- Gruppi target
- Campagne

Una domanda finale: quali sono secondo Lei le sfide che il settore del campeggio dovrà affrontare nei prossimi anni?

Siamo dell'opinione che conciliare l'offerta di soggiorno e quella ricreativa sia importante per la nuova generazione di campeggiatori. Poter prenotare online, specializzarsi e offrire sempre una qualità superiore sono elementi che svolgono un ruolo centrale. Pensiamo che l'attenzione si sposterà probabilmente sempre di più sull'offerta complementare di attività ricreative, corsi, laboratori ed esperienze. I dettagli come per esempio la grandezza e le strutture del campeggio diventano meno importanti.
Questi sviluppi richiedono tempo e strumenti di gestione. Ma se un campeggio digitalizza bene processi come la prenotazione, il check-in e il pagamento, avrà più tempo per il contatto con i suoi ospiti. Si rivolgeranno a voi per chiedere suggerimenti sulle escursioni e servizi extra.

Grazie per il tempo e l'impegno.

Prego. Grazie e auguri di buon lavoro.

Hannes Müller, www.tourtouch.de

Hannes Müller è direttore di TourTouch, azienda di consulenza marketing e strategie e fondatore del portale di informazioni CAMPUS

Sono interessato all'argomento e alle sfide future.
Scriva a: hannes@tourtouch.de

Comunicato stampa LeadingCampings Aprile 2021

Tutorial e formazione online
Dal 2009, LeadingCampings of Europe organizza una sessione di formazione per le persone che lavorano nei campeggi prima dell'inizio di ogni stagione. Fino ad oggi, la formazione si è sempre in un LeadingCampings diverso ogni anno. La formazione del 2020 è stata vittima del primo lockdown e delle restrizioni agli spostamenti e quindi LeadingCampings si è orientata diversamente. Il 22 aprile, la formazione per quest'anno si è svolta online, con il grande vantaggio di un numero di partecipanti significativamente più elevato. Naturalmente, se non c'è bisogno di spostarsi e di stare via diversi giorni, possono partecipare più persone. E se i campeggi sono chiusi, più personale ha tempo da dedicare alla formazione. L'esperienza legata a sessioni intensive su Zoom di tre ore e mezza lo dimostra: le cose possono essere fatte anche in modo diverso.

Quindi, oltre a tutte le cose negative di cui vogliamo liberarci al più presto, il Covid ci ha anche portato qualcosa che rimarrà: LeadingCampings ha utilizzato questo periodo per fare formazione continua al personale, con un'offerta puntuale. Ciò che durante la pandemia è stato fatto per necessità sarà ora un elemento permanente dell'offerta formativa per lo staff di LeadingCampings. I dipendenti possono informarsi 24/7 su tutto quanto concerne LeadingCampings. A questo scopo, tutti i documenti sono ordinati in modo chiaro e sono disponibili sul database online; ci sono anche quattro video di 30 minuti l'uno relativi a tematiche tipiche di LeadingCampings. La libreria di tutorial aumenterà in futuro. I dipendenti hanno accesso 365 giorni l'anno dal sito https://academy.leadingcampings.com, ma devono prima registrarsi.

Maggiori informazioni:
LeadingCampings of Europe
Kettelerstr 26, 40593 Düsseldorf - Germania
Telefono: +49 (0)2 11 / 89 96 49 95
Fax: +49 (0)2 11 / 87 96 49 96
info@leadingcampings.com
www.leadingcampings.com

I vantaggi degli strumenti digitali
L'equilibrio tra uomo e computer

Le prenotazioni digitali sono il futuro, o forse meglio, sono già la realtà. Ma questo non significa che il campeggiatore, quando prenota, debba essere sovrastato dalla tecnologia. Per fortuna, il fattore umano continua ad avere un ruolo importante e fa comprendere la differenza tra un ospite occasionale e un cliente fedele. Per questo è molto importante cercare l'equilibrio ideale tra uomo e computer.

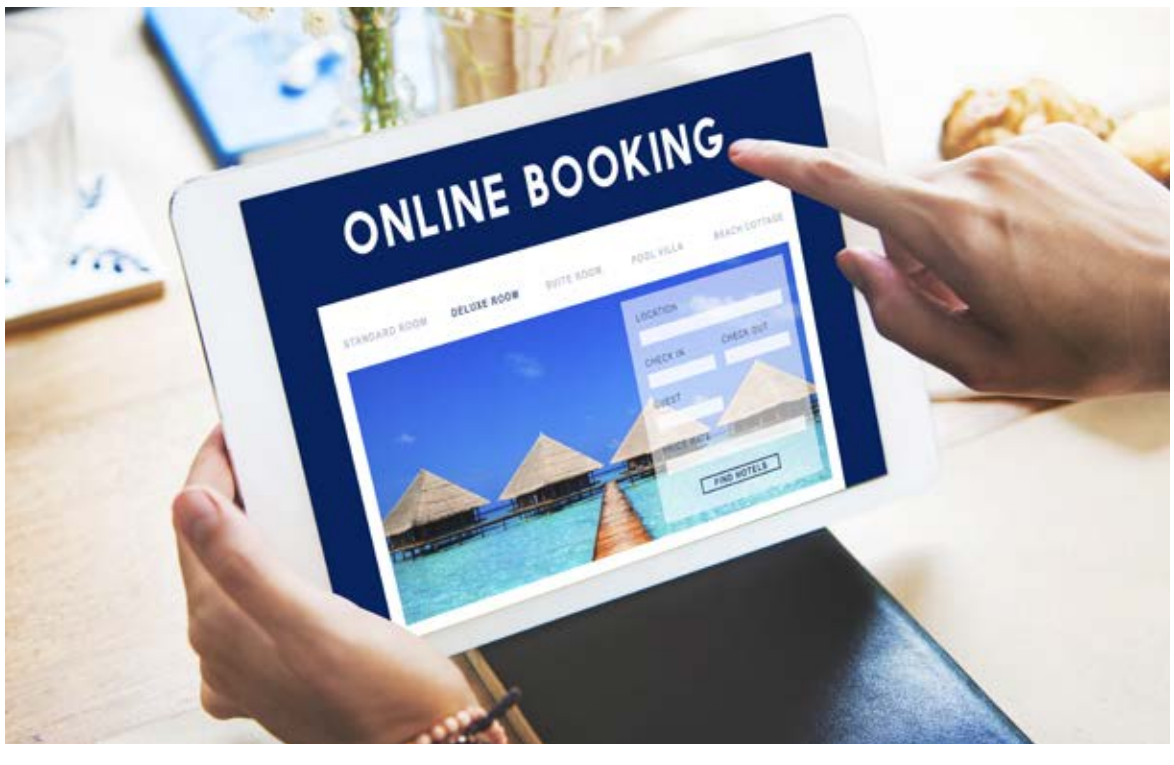
Confrontare, scegliere e prenotare una vacanza sono operazioni che si fanno sempre più online. Questa tendenza probabilmente evolverà verso offerte completamente personalizzate. Siamo nel 2021, i clienti sono sempre più abituati ad esprimere le loro preferenze e quindi a vedere offerte che corrispondano ai loro desideri. Per i campeggi è ormai quasi indispensabile essere parte del gioco. Sembra che ci siano tuttavia dei limiti alla digitalizzazione. Perché dove il fattore umano scompare del tutto, nascono delle resistenze.

Contatto umano
Studi europei e americani hanno evidenziato che addirittura il 75% dei consumatori preferisce avere anche contatti umani al momento della prenotazione. Troppa "tecnologia fai da te" alla fine ha effetti negativi sull'esperienza e la fedeltà di chi viaggia. Succede per esempio quando in occasione del primo contatto non c'è nessun supporto umano, cosa che invece viene richiesta. Il campeggiatore desidera poter parlare con qualcuno al telefono, su WhatsApp, in chat o per email, anche solo per un breve scambio. Il contatto umano crea relazioni di fiducia e costruisce un legame.

Problema importante
È un problema importante per chi pensava che la digitalizzazione completa del processo di prenotazione sarebbe stata la soluzione ai costi del personale e alla difficoltà sempre crescente di trovare il personale giusto. Meritano attenzione anche problematiche come l'utilizzo e la condivisione dei dati. I turisti non percepiscono come un problema la condivisione dei loro dati con l'agenzia viaggi. Per lo meno non fino a quando tale condivisione fornisce loro dei vantaggi. Ma possono sorgere delle resistenze se i clienti non sanno a chi i loro dati vengono divulgati.

Suggerimenti del chatbot
Gli strumenti digitali possono comunque aiutare a risparmiare tempo e denaro. Una grande visibilità online e un sito Internet (o applicazioni) ben sviluppati, con procedure di prenotazione semplici sono importanti per tutti i campeggi e per i tour operator. La digitalizzazione può spingersi ancora più in là e generare addirittura fatturato extra. Pensate per esempio a un chatbot che suggerisce attività divertenti e cose interessanti da vedere in vacanza o che prenota un tavolo per il cliente al ristorante. Gli ospiti che utilizzano un buon assistente digitale in vacanza possono spendere anche il trenta per cento in più rispetto a chi non lo utilizza.

Alla ricerca del giusto equilibrio
Gli operatori intelligenti cercano quindi il modo giusto di combinare digitalizzazione e momenti di contatto umano. La cosa può essere molto semplice. Indicare un numero di telefono o un'opzione di chat con un collaboratore aiuta a ottenere fiducia. I chatbot intelligenti si spingono oltre e riconoscono addirittura le emozioni, in modo da reagire a sentimenti come rabbia, stupore o stress. Rimane ancora da capire come deve essere esattamente questo mix tra uomo e computer. Ma una conclusione è certa: il valore del contatto umano non può essere sottovalutato!



Assistenza digitale in Suncamp

Il tour operator Suncamp lavora dal 2020 con Anna, la sua assistente digitale. I clienti si iscrivono prima della partenza e ricevono da Anna suggerimenti e informazioni pratiche. Possono anche fare delle domande all'assistente digitale via WhatsApp, come per esempio: "C'è un buon ristorante nelle vicinanze?" I clienti che nel 2020 hanno conosciuto Anna valutano molto positivamente questo servizio. E addirittura il 97% nella prossima vacanza richiederà di nuovo assistenza ad Anna.

Widget ACSI: fate sapere che per voi la qualità è importante

In quanto campeggio ACSI, avete la possibilità di mettere un widget ACSI sul vostro sito Internet. Potete utilizzare in modo ottimale ACSI come marchio di qualità.
Un widget è un piccolo elemento grafico che può essere aggiunto facilmente al vostro sito Internet e che contiene informazioni importanti per i visitatori. Pensate per esempio al logo ACSI o al voto che i campeggiatori danno alla vostra struttura sui nostri siti Internet o tramite le nostre app.

Segno distintivo per milioni di campeggiatori
Il logo ACSI è un marchio di qualità, altamente riconoscibile da milioni di campeggiatori in tutta Europa. Mettendo sul vostro sito il logo ACSI, mostrate ai visitatori la proficua collaborazione che avete con noi. Questo dà fiducia ai vostri futuri ospiti.

Mostrate i giudizi dati al vostro campeggio
Oltre al logo ACSI, anche i giudizi sul campeggio sono importanti per i futuri ospiti del vostro campeggio. Mostrando il voto sul vostro sito Internet, con un link ai giudizi e ai commenti, invogliate i visitatori a scegliere la vostra struttura.

Realizzate gratis il vostro widget
L'uso dei widget è gratuito e la realizzazione è veramente molto semplice.

È possibile scaricare 3 tipi di widget:

1. Voto ACSI
2. Widget con il logo ACSI
3. Widget logo ACSI + anno di ispezione

Widget ACSI:

- Facilissimo da comporre
- Semplice da mettere sul vostro sito
- Alto valore di attrazione per i visitatori
- Fate sapere che collaborate con ACSI

Per maggiori informazioni, cliccate su **eurocampings.it/widget**

Un concept che unisce creatività e impatto

ACSI FreeLife TestTour 2021

Chi va in campeggio sa meglio di chiunque altro quanto siano importanti la roulotte o l'auto, anche agli occhi dei vicini. Ecco perché sono i campeggiatori i protagonisti dell'ACSI FreeLife TestTour. Ma che cos'è esattamente e che cosa può significare per il tuo campeggio?

Quattro team si sono messi in viaggio la scorsa estate, quando la pandemia ha concesso una tregua, e hanno visitato un'assolata regione dell'Austria: la Carinzia. Hanno viaggiato con un'accoppiata nuova composta da Volvo e Fendt. I team sono stati accolti dai vicini spesso in modo davvero entusiasta. E sia la regione che i campeggi dove hanno pernottato sono stati oggetto di attenzione in accurati reportage, sui blog e in decine di video.

Concetti creativi

Le regioni si rivolgono sempre più spesso ad ACSI per chiedere soluzioni di comunicazione creative composte da un mix di cartaceo, online e video. I creatori dell'ACSI FreeLife Magazine trovano quindi sempre nuovi concetti per poter offrire molto più di una semplice pubblicità: viaggi dei lettori, sistemazioni particolari in campeggio, panoramiche informative in cui viene presentato il campeggio e interviste ai proprietari delle strutture. La parte del leone in tutti questi "concept" creativi la fa l'ACSI FreeLife TestTour, organizzato per la quinta volta nel 2021. Collaboriamo con una regione turistica, un produttore di auto e un produttore di roulotte o camper. La forza del progetto sta proprio in questa collaborazione.

I team in viaggio

ACSI FreeLife è il marchio di ACSI, lo specialista dei campeggi, con il quale vengono fornite agli amanti del campeggio informazione e ispirazione. In modo positivo e divertente, la redazione mostra, sia online che offline, dove poter andare in campeggio e soprattutto con quali mezzi farlo nel modo più confortevole possibile. L'ACSI FreeLife TestTour viene realizzato da quattro team di viaggiatori con un profilo specifico, in modo che ogni tipo di lettore possa riconoscersi. Sulla base di tali profili, i lettori possono giudicare quale viaggio e quale combinazione auto-roulotte si addice meglio alle loro esigenze. Pensate per esempio al team di chi ama godersi la vita, sempre alla ricerca di relax e avventure culinarie. O al team degli sportivi, per i quali nessuna montagna è mai troppo alta. Ma anche a chi viaggia con i bambini o al team degli amanti della cultura.

Impatto

Durante il TestTour, raccontiamo le avventure e le esperienze dei team con interessanti articoli di fondo, reportage, video, foto, blog e post sui social media. Lo scopo del progetto è quello di fornire immagini e racconti autentici e ricchi di ispirazione e suscitare sul lungo periodo un interesse che sia il più ampio possibile. Per il TestTour in Carinzia, per esempio, abbiamo realizzato quattro dossier separati che abbiamo inserito in diverse edizioni. Una linea narrativa completa per ogni edizione, nella quale sono comprese sia le esperienze di viaggio che quello con l'auto e la roulotte.

Fatti e cifre

- Il TestTour ACSI FreeLife è stato organizzato già 4 volte
- 4 team hanno testato 4 nuovi mezzi per andare in campeggio
- 25 video
- 24 blog
- 40 post su Facebook
- 92 pagine in diverse edizioni dell'ACSI FreeLife Magazine
- Realizziamo una minirivista del TestTour con tutti i racconti, che inviamo insieme alla ACSI Campinggids Europa. La tiratura è di 47.000 copie
- In totale raggiungiamo più di 2.500.000 campeggiatori di lingua olandese

Vuoi collaborare?

Nel 2021 accompagniamo 4 team nella regione svizzera di Berna. Siamo certi che sarà di nuovo un viaggio spettacolare. Sei curioso di conoscere il concept e le altre possibilità di collaborare con l'ACSI FreeLife Magazine? Mettiti in contatto con noi inviando un'e-mail a Mariëlle Dekkers-Vruggink all'indirizzo mdekkers@acsi.eu.

I 4 profili di campeggiatori

Il team degli amanti della cultura

Per gli amanti della cultura una vacanza in campeggio non è completa senza immergersi nella storia della regione. Un monumento, un centro storico, gli usi locali: tutto ciò che è tipico della regione attira la loro attenzione. Scoprire la cultura è nel loro DNA e questo team quindi non viaggia con un camper qualsiasi o con una combinazione ordinaria di roulotte e auto.

Il team degli sportivi

Il team degli sportivi viaggia con una roulotte o un camper compatti. Le biciclette sono onnipresenti. I membri di questo team sono felici solo se possono stare all'aperto e fare attività fisica. Il team in genere preferisce fermarsi in campeggi da cui è possibile partire percorrendo piste ciclabili e sentieri. Non riescono a trascorrere nemmeno una giornata in ozio sotto la veranda della roulotte.

Il team di chi ama godersi la vita

Andare in campeggio per loro significa: niente è obbligatorio, tutto è possibile. Questo team fa ciò che preferisce. La destinazione del viaggio per loro dipende dai campeggi. Devono infatti essere lussuosi e dotati di tutti i comfort, come per esempio di un ottimo ristorante. Questo team ama il lusso e sa come apprezzare i veri piaceri della vita.

Il team delle famiglie

Per questo team è importante che i bambini possano divertirsi sempre. Perché solo così anche mamma e papà possono godersi la vita in campeggio. Ovviamente il camper o la roulotte con cui la famiglia viaggia sono dotati di tutti quei comfort che rendono piacevole la vita in famiglia.

Dove andiamo in campeggio quest'estate?

La fase ispirazionale nella scelta della destinazione per andare in campeggio

Molto è cambiato nel corso dell'anno del Covid. Una delle conseguenze della pandemia è stata l'annullamento di tutte le fiere dedicate alle vacanze e al camping. E non vediamo ancora la fine. Gli uffici del turismo nazionali e regionali devono cambiare rotta. Quali sono le alternative?

Le fiere dedicate alle vacanze e al campeggio all'inizio dell'anno sono tradizionalmente il luogo in cui sono presenti tanti uffici turistici che prendono contatto con i campeggiatori che stanno pensando alle loro prossime vacanze. I visitatori sono in una fase in cui vogliono essere stupiti e avere idee nuove. Da marzo 2020 quasi tutte le fiere sono state sospese e molti operatori del settore turistico nazionale e internazionale si sono chiesti: come facciamo a farci conoscere dai possibili ospiti e quando possiamo iniziare le campagne di comunicazione, dato che non è ancora chiaro quando si potrà di nuovo mettersi in viaggio?

Essere visibili, anche se non si può (ancora) viaggiare
Negli scorsi mesi ACSI è stata sommersa da richieste di paesi e regioni che si chiedevano insistentemente come dovevano comportarsi. In tutti i nostri interventi abbiamo consigliato di essere sempre visibili per i campeggiatori. I recenti sondaggi condotti da ACSI tra più di 24.000 campeggiatori europei evidenziano che tutti desiderano ripartire e andare anche all'estero. È quindi importante che il vostro racconto sia fonte di ispirazione per il campeggiatore che desidera ardentemente andare in vacanza.

Proprietari dei campeggi ambasciatori della loro regione
In qualità di proprietari di camping conoscete meglio di chiunque altro le particolarità della vostra regione e ne siete ambasciatori: sul vostro sito, con i vostri dépliant e in loco, con tutte le attività che offrite. Vediamo sempre più spesso poi che i proprietari dei campeggi sono attivi negli uffici del turismo della loro regione o con la loro federazione. Perché non tutti i paesi riconoscono l'enorme importanza delle vacanze in campeggio per il turismo. Per fortuna sempre più regioni invece ne comprendono la crescente rilevanza. ACSI ha organizzato campagne di successo con 17 regioni in tutta Europa.

Un budget per ogni progetto
L'ACSI FreeLife TestTour ha ormai percorso cinque regioni in Europa, producendo magnifici video e reportage che hanno avuto un raggio d'azione enorme per il mercato di lingua olandese. Ma anche con budget più ridotti siamo in grado di trovare una comunicazione efficace, insieme agli uffici del turismo e alle federazioni di campeggi, in modo che il campeggiatore scelga la vostra regione: un primo passo importante per arrivare da voi.
Volete saperne di più?
Chiamate il numero
+31 (0) 488 452055 o mandate un'email a sales@acsi.eu.

ACSI alla televisione olandese

ACSI desidera che tutti siano felici di andare in campeggio, anche in tempo di pandemia. Perché andare in campeggio significa rilassarsi, godersi la natura e trascorrere vacanze sicure. Nel 2020 e 2021 lo abbiamo mostrato a milioni di telespettatori olandesi con i programmi RTL Kampeert e Camp to Go. Un modo eccellente per entusiasmare le persone.

Entusiasmare i telespettatori
Dalle Ardenne a Girona e dal Veluwe alla Vallonia, i presentatori dei programmi sono andati a visitare le destinazioni più belle. E ACSI è andata con loro! È stato per esempio possibile ammirare il camping De Paal, il camping El Delfin Verde e il camping Beerze Bulten. I telespettatori hanno scoperto da casa quanto sia bello e rilassante andare in campeggio. RTL Kampeert ha avuto circa 1 milione di telespettatori in ogni trasmissione e Camp to Go in totale 6,5 milioni di spettatori!

Raggiungere un pubblico ampio
ACSI partecipa con piacere a programmi come Camp to Go e RTL Kampeert. È un ottimo modo per mostrare il mondo del campeggio a un pubblico sempre più ampio. La partecipazione di ACSI rende possibile la realizzazione di questi programmi. Ecco perché ACSI sarà presente anche nelle prossime stagioni.

Colophon

Editore
ACSI Publishing BV
Geurdeland 9
6673 DR Andelst - Olanda
Postbus 34
6670 AA Zetten - Olanda
Tel. +31 (0)488-452055
E-mail: info@acsi.eu
Internet: www.acsi.eu

Direzione: Ramon van Reine

Caporedattore: Frank Jacobs

Coordinamento/Redazione finale: Thijs Saat

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

Vendita pubblicità: ACSI Sales (sales@acsi.eu)

Redazione fotografica: Maurice van Meteren

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

Composizione: Ton Oppers

Stampa: Rodi Rotatiedruk

Supporto alla stampa: Ronnie Witjes

Notizie in breve

I campeggiatori non vedono l'ora di partire

I campeggiatori di tutta Europa sono in palpitante attesa di partire. Anche se in molti paesi sono ancora in vigore misure severe contro il Covid, ACSI, lo specialista del campeggio, ha registrato cifre di visitatori record sui suoi siti. "Ci aspettavamo che i campeggiatori quest'anno non vedessero l'ora di partire per le vacanze. Ma dopo un inverno tranquillo, il numero di visitatori dei nostri siti nelle scorse settimane ha superato quello del 2019. E il numero di download della nostra app la scorsa settimana è aumentato del 120% circa. I campeggiatori hanno riacquistato fiducia", ci dice Ramon van Reine, CEO di ACSI.

Condizioni di prenotazione chiare più importanti del vaccino

Un sondaggio di Suncamp, il tour operator di ACSI, ha evidenziato che condizioni di prenotazione favorevoli e il parere positivo al viaggio al momento della prenotazione di una vacanza in campeggio sono indicati come fattori più importanti dell'arrivo del vaccino. Il 77% dei clienti olandesi, tedeschi e inglesi intervistati ha affermato di voler andare in vacanza quest'anno.

Trend per il 2021

1. Arrivo dei campeggiatori millennials
2. Voglia di andare all'estero
3. Sicurezza e salute in vacanza
4. Autosufficienti in campeggio
5. Campeggi a tema

ACSI e TomTom collaborano

I POI (Points Of Interest) di ACSI sono stati integrati nel primo trimestre del 2020 nel sistema di navigazione TomTom GO Camper.
I campeggiatori riconoscono i campeggi ACSI dal logo sulla cartina e nei risultati delle ricerca. Un altro aspetto della collaborazione è l'integrazione di TomTom Maps in alcuni prodotti digitali di ACSI. Sono inoltre stati aggiunti dei percorsi di ACSI a TomTom RoadTrips. Per i campeggiatori è ancora più facile trovare il campeggio perfetto.

Maggiori informazioni su ACSI.eu.

ACSI SINCE 1965

Il tuo partner per il marketing in Europa

Novità **ACSI** camping.info Booking

La tua piattaforma europea per le prenotazioni con 40 milioni di visitator

ACSI guide di campeggi

Tutti i campeggi ispezionati ogni anno vengono citati gratuitamente sulle guide dei campeggi ACSI, vendute in diversi paesi. Nel 2022 la tiratura totale delle guide sarà di 701.500. Un'inserzione, invece, consente di ottenere una visibilità ancora maggiore, per esempio sui canali online di ACSI.

Eurocampings.eu

Le informazioni dettagliate sul Suo campeggio vengono riportate gratuitamente nei siti per campeggiatori più visitati d'Europa, disponibili in 14 lingue. Visitatori di Eurocampings.eu sono i Suoi potenziali clienti.

ACSI-apps

Le informazioni dettagliate sul Suo campeggio vengono pubblicate gratuitamente anche sulla app ACSI Campeggi Europa. Questa app utilizzabile sia on-line che off-line ed è disponibile in 13 lingue. Anche in questo caso un'inserzione garantisce maggior visibilità.

Il numero previsto di visitatori

dei siti Internet e delle app ACSI nel 2022 è di 22.400.000.

Per saperne di più sulle diverse opportunità promozionali:

www.ACSI.eu