

## EDICIÓN OTOÑO 2019

El especialista de campings de referencia en Europa edita El Mundo ACSI. En esta nueva edición, entre otros asuntos, podrá leer información acerca del riesgo de incendio de los equipos de acampada, el papel de las tiendas de camping, las guías de camping ACSI, ACSI Booking, el nuevo ACSI Datawarehouse y el ACSI FreeLife TestTour.

## EL BREXIT

¿Qué consecuencias tendrá para el turismo de acampada de y hacia el Reino Unido? Las primeras cifras apuntan a un descenso.

► Más información en la **página 3**

## LAS DOS CARAS DE FRANCIA COMO DESTINO DE ACAMPADA

La experta en tendencias Antoinette de Prévoisin nos habla del futuro de la acampada en este popular destino vacacional.

► Más información en la **página 4**

## EL ACSI CAMPSITE PORTAL

Ha costado un poco, pero ahora, tanto los campings como los inspectores están muy satisfechos con el nuevo método de trabajo.

► Más información en la **página 6**

## WIFI EN EL CAMPING

Su uso no hace más que aumentar, ¿cuáles son las tendencias y qué retos plantea? La opinión de tres expertos con experiencia.

► Más información en la **página 8**

## CAMPINGS URBANOS EN EUROPA

Crece el número de viajes urbanos para unas segundas y terceras vacaciones. Cuatro campings de París, Hamburgo, Roma y Deventer nos cuentan cómo dan respuesta a esta situación.

► Más información en la **página 10**

## EL AVANCE DE LA AUTOCARAVANA

Ya circulan más de 1,9 millones por Europa y su crecimiento aún no ha tocado techo. ¿Qué están haciendo los campings para recibir a los aficionados a las autocaravanas?

► Más información en la **página 12**

## EL PODER DE LAS PLATAFORMAS

El catedrático de marketing digital Cor Molenaar da su opinión acerca de plataformas como Booking.com y AirBnB, muy prácticas para el consumidor y con una amplia oferta de alojamientos. ¿Qué supone esto para el sector del camping?

► Más información en la **página 13**

## Resultados de la encuesta ACSI

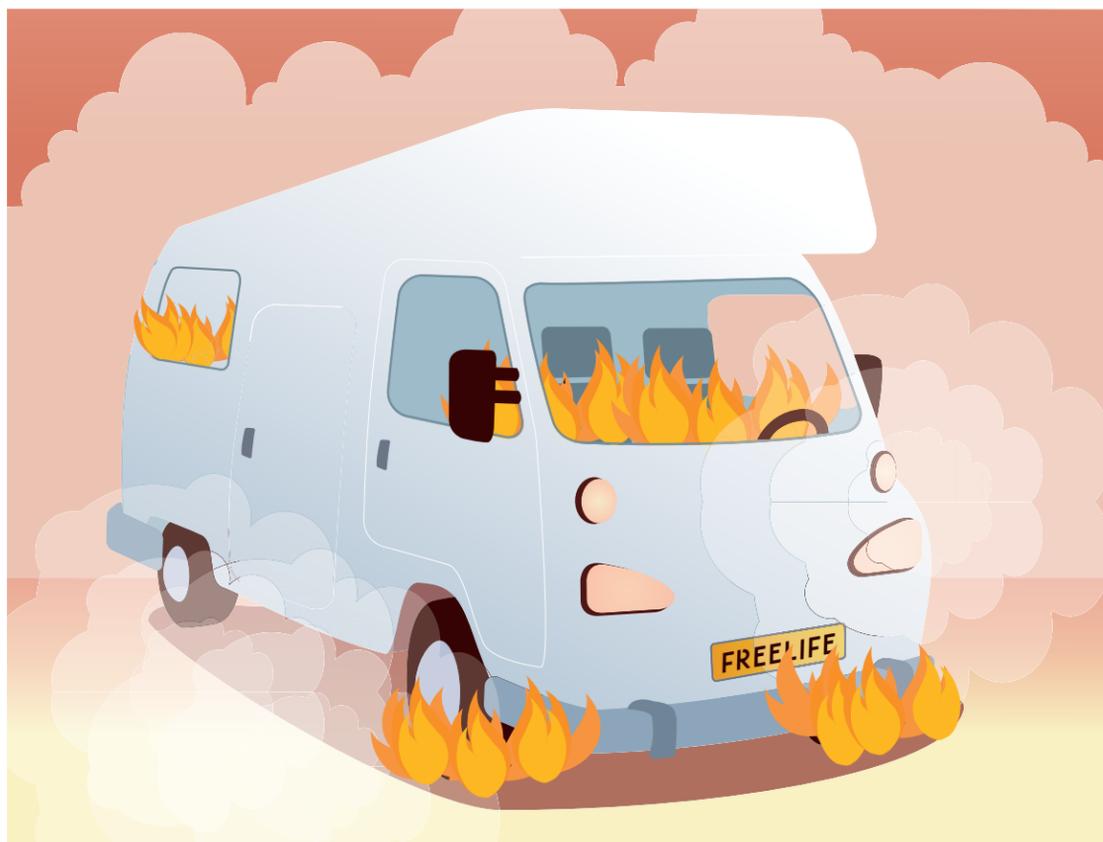
# Riesgo de incendio en el camping por la inseguridad de los equipos de acampada

Como camping europeo, usted puede tener perfectamente organizada toda la seguridad contra incendios y cumplir escrupulosamente toda la normativa, pero si sus huéspedes se alojan en sus instalaciones con equipos de acampada inseguros, puede que el riesgo de incendio sea mayor de lo que piensa. Y por desgracia, según un estudio de ACSI, no todos los campistas prestan la debida atención a la seguridad de sus equipos en materia de incendios.

En ACSI FreeLife, la revista de acampada de ACSI, aparecen periódicamente artículos sobre los controles que los campistas deben realizar a sus equipos antes de ponerse en camino en la nueva temporada en Europa. Aparte de la seguridad vial, la seguridad contra incendios constituye un elemento importante. ACSI FreeLife lanzó una gran encuesta entre sus lectores para averiguar si realmente se llevan a cabo estos controles.

### Se les da poca importancia

Nada menos que 1100 lectores contestaron a la encuesta. Y el resultado demuestra que un gran número de ellos subestiman el



riesgo de incendio. Una de las preguntas del estudio era si se comprobaban las baterías del detector de humo y del detector de monóxido de carbono. Resulta bastante llamativo que una amplia mayoría de los campistas indicaran que no disponía de ninguno de estos detectores. El uso de gas (para cocinar y

calefacción) y aparatos eléctricos (nevera y electrodomésticos) supone que puede haber riesgo de incendio en los equipos de acampada. Por otra parte, normalmente no existe más que una ruta de evacuación. Por eso es tan importante reducir el riesgo lo máximo posible.

El técnico experto de ACSI

FreeLife, Joop Stam, se ha quedado sorprendido por el resultado del estudio.

«El riesgo de incendio es mayor en el lugar donde se encuentra la batería, el cargador o la caja de fusibles. Por eso es recomendable instalar un sensor en el interior,

► sigue en la **página 2**

# ACSI Campingführer Europa

## la guía más popular de Alemania

En varios países europeos prácticamente se han agotado las guías de camping ACSI. Según la influyente Buchreport, ACSI Campingführer Europa se ha convertido en la guía de camping más vendida en Alemania en 2019.

Alemania sigue siendo el mayor mercado de ventas para ACSI. En este país, el número de usuarios de CampingCard ACSI, la tarjeta de descuentos en temporada baja, ha crecido un 9 % en los dos últimos años. Por otra parte, la ACSI CampingCard & Stellplatzführer para aficionados a las autocarava-

nas ha registrado un considerable aumento del 26 %.

### Otros países

Los Países Bajos siguen la estela de Alemania y se consolida en el segundo mayor mercado para ACSI. ACSI lanzó en 2019 la ACSI CampingCard & Aires camping-cars, especialmente dirigida a campistas franceses. La venta de esta nueva guía, con todos los campings que aceptan la CampingCard y 9000 establecimientos de acampada inspeccionados, va tan bien que prácticamente se ha agotado también. En parte gracias a esto, el número

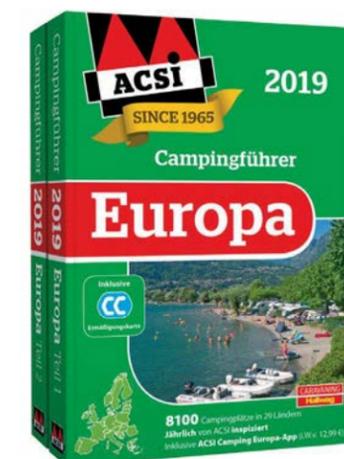
de usuarios de la CampingCard ACSI en Francia ha aumentado en un 12 %.

Los españoles también han descubierto la tarjeta de descuento CampingCard ACSI para primavera y otoño. El aumento en las ventas de la CampingCard ACSI en este país este año es de un 18 %.

### Venta a través de Amazon

En junio ACSI ha comenzado a vender las guías de camping a través de Amazon en Alemania, Francia, España e Inglaterra. Próximamente se añadirán otros países y canales para que los

productos de ACSI lleguen a un público más amplio.



## ► viene de la página 1

cerca de este lugar. Es mejor no colocar el detector de humo demasiado cerca o directamente encima de la cocina de gas. Es cierto que en este sitio también hay riesgo de incendio, pero tampoco resulta agradable que salte la alarma cada vez que cocine. Se recomienda instalar un detector de monóxido de carbono a aproximadamente metro y medio del suelo.

**Detector de gas**

Stam recomienda también a los campistas comprar un detector de gas. «Se puede colgar directamente sobre el suelo del interior, ya que el propano pesa más que el aire. Por eso el sensor debe estar en una posición baja. Es importante que el compartimento de la bombona esté bien ventilado».

Como dato positivo, la mayoría de campistas comprueban siempre o con frecuencia antes

de salir, además del suministro de gas (88 %), el conducto del gas (66 %) y el regulador de presión de la instalación de gas (59 %). Sin embargo, tan solo un 33 % comprueban siempre o con frecuencia antes de partir cómo está el filtro de gas.

**Señalización de riesgos**

Lógicamente, el propio camping puede contribuir a mejorar la seguridad contra incendios en el recinto indicando a los huéspedes los posibles riesgos durante el acampada. Al fin y al cabo, cuanto más cuidado tenga todo el mundo, menor será la posibilidad de que se produzca un incendio o víctimas, con las consecuen-

**UN 50 % DE LOS CAMPISTAS NO TIENE DETECTOR DE HUMO**

cias que ello puede conllevar. También conviene comprobar si como establecimiento está preparado para un caso real de

incendio o por si alguien fallece por envenenamiento por monóxido de carbono. ¿Tiene un plan de emergencia y saben los empleados cómo deben actuar?

**Directrices para los equipos de gas**

Lógicamente, el uso de bombonas y equipos de gas en el camping supone un riesgo potencial. El cuerpo de bomberos de los Países Bajos ha redactado las siguientes directrices para este tipo de

**UN 61 % DE LOS CAMPISTAS NO TIENE DETECTOR DE MONÓXIDO DE CARBONO**

instalaciones:

- Encárguese de que se revisen, limpien y ajusten todos los años.
- Si se utiliza el aparato dentro de una tienda, no lo coloque demasiado cerca de la lona o

**UN 66 % DE LOS CAMPISTAS REvisa EL CONDUCTO DE GAS**

de otros materiales fácilmente inflamables, como cortinas o toallas.

- Al cocinar, utilice siempre una tapadera antisalpicaduras.
- No coloque nunca una bombona en cualquier sitio de una caravana o autocaravana, sino en el lugar específicamente previsto para ella (por lo general, un compartimento para bombonas) con suficientes orificios de ventilación.
- Preferentemente, cambie las bombonas fuera de la caravana o de la tienda.
- Llame a un profesional si no consigue realizar la conexión según el manual de instrucciones. Ante todo, no experimente.
- Procure que los lugares donde haya equipos de gas estén siempre bien ventilados.



# La tienda del camping

## Ventas de muchos tipos

En casi todos los campings se vende algo. En muchos casos, la recepción es el lugar donde se exponen los productos. Sin embargo, también hay campings que disponen de un supermercado con alimentos y artículos de acampada. La tienda del camping: ¿es una obligación o un servicio? Veamos la opinión de cuatro campings.

**Camping Sunèlia Domaine de la Dragonnière** es un gran camping de lujo (815 parcelas fijas anuales, 702 alojamientos de alquiler) situado en Vias, en el sur de Francia.

El **Camping Des Bastides**, en la localidad francesa de Salles (Lot-et-Garonne), cuenta con unas cien parcelas, incluyendo veinte alojamientos.

El pequeño **Alevi Camping** se encuentra en el entorno natural del centro de Suecia y cuenta con apenas sesenta parcelas, además de algunas cabañas y viviendas vacacionales.

En el **Recreatiepark De Boshhoek**, ubicado en Voorthuizen, en la provincia holandesa de Gelderland, disponen de unas cien parcelas y cerca de cien alojamientos de alquiler.

¿Por qué tienen tienda?

**Laurent Fel - Domaine de la Dragonnière:** Para que nuestros huéspedes no tengan que salir del recinto solo para hacer una compra rápida.

**Christian Boulic - Camping Des Bastides:** Hemos decidido abrir una pequeña tienda como servicio para nuestros campistas.

**Willy Schreiber - Alevi Camping:** Es un servicio que ofrecemos a los huéspedes. La tienda más cercana está a casi 15 kilómetros.

**Manon Horsting - Recreatiepark De Boshhoek:** Es un servicio para nuestros clientes.

¿Qué productos ofrecen? ¿Ha cambiado con los años?

**Dragonnière:** Los alimentos más habituales, como fruta y verdura, lácteos y fiambre. También tenemos productos envasados, como refrescos, agua, cerveza, pasta, conservas, galletas, golosinas, patatas fritas y, naturalmente, helados.

**Des Bastides:** Vendemos sobre todo pan, pero también arroz, pasta y verduras enlatadas. También artículos básicos de higiene, Diversos refrescos y productos locales (paté). Antes teníamos también frutas y verduras frescas, pero su carácter perecedero lo hacía más difícil.

**Alevi Camping:** Vendemos pan, café, té, bollería, refrescos, patatas fritas, golosinas y helado. Pero también postales, sellos y recuerdos. Disponemos también de productos contra los mosquitos, como



repelente o gorras con redecilla. **De Boshhoek:** En nuestra tienda se puede comprar cualquier cosa para pasar el día. Lo que mejor se vende son los bocadillos recién hechos.

¿Es rentable la tienda? ¿O el objetivo no es obtener beneficios?

**Dragonnière:** Para nosotros es más bien un servicio, aunque es totalmente rentable.

**Des Bastides:** Ofrecemos este servicio a nuestros clientes, pero no lo hacemos para sacar beneficio.

**Alevi Camping:** Es rentable, si bien las ganancias son marginales.

**De Boshhoek:** Es rentable, pero para nosotros la prioridad es prestar este servicio.

¿Llevan ustedes mismos la tienda o la subcontratan?

**Dragonnière:** La tienda se alquila. De hecho, la gente hace cola para

ello, porque nuestro camping es muy grande is.

**Des Bastides:** Nosotros. Antes vendíamos pan de una panadería de la zona, pero ahora lo hacemos nosotros mismos, ya que hubo problemas de personal.

**Alevi Camping y De Boshhoek:** Llevamos la tienda con nuestro personal.

¿Dónde se encuentra la tienda?

**Dragonnière:** En la explanada central, junto a la panadería.

Tenemos una panadería auténtica y una tienda de ropa de baño y de verano, además de recuerdos.

**Des Bastides:** Nuestra tienda está junto a la recepción.

**Alevi Camping:** La tienda está integrada en la recepción.

**De Boshhoek:** La tienda está unida a la recepción. También tenemos tienda web, para que nuestros

huéspedes puedan hacer la compra antes de llegar.

¿Están satisfechos con la tienda actual?

**Alevi Camping y Dragonnière:** Estamos contentos y no tenemos pensado hacer ningún cambio próximamente.

**Des Bastides:** Sí, aunque cuando nuestros clientes nos dicen que falta algo, estudiamos la posibilidad de ofrecerlo.

**De Boshhoek:** Reformamos la tienda el pasado junio. Estamos muy satisfechos y nuestros clientes también.

¿Darían algún consejo a otros campings en relación con el hecho de tener una tienda?

**Dragonnière:** Nos aseguramos de que los arrendatarios entiendan que la amabilidad es esencial. Para el cliente, todas las experiencias que vive en el camping son importantes, por lo que en la tienda todo tiene que estar bien. Garantizamos la calidad por medio de nuestra encuesta de satisfacción.

**Des Bastides:** En nuestra opinión, los clientes esperan contar con el servicio de tienda en cualquier camping.

**De Boshhoek:** Hay que hacer que el cliente tenga una buena experiencia y se sienta bien recibido. Asegúrese de darle la publicidad adecuada y de que los huéspedes sepan dónde está.



### Estimado director o gerente de camping:

Para la mayoría de ustedes, la temporada alta ha concluido. Una vez más, una primavera y un verano llenos de sorpresas en cuanto al clima. La primavera fue fría y húmeda en el sur de Francia, Italia y Croacia, mientras que estos países se vieron golpeados por una ola de calor a finales de junio, con temperaturas de más de 40 grados. Las estadísticas indican que la temperatura media en Europa en 2018 está entre las tres más altas desde que hay registros. La última década fue la más calurosa de la historia. El clima se está volviendo cada vez más antojadizo, lo que hace que la conducta de los campistas al reservar también lo sea. No podemos influir sobre el clima, pero sí podemos dar un mejor servicio al campista con información y facilidad de uso. En esta edición de El Mundo ACSI, el catedrático Cor Molenaar nos hablará sobre el poder y la utilidad de las plataformas. Imparte clases en la Universidad Erasmus de Róterdam y es especialista en la aplicación

de las tecnologías de la información al marketing. Una parte importante de una plataforma son los datos de sus clientes. ACSI tiene los datos de aproximadamente un millón de campistas de toda Europa; en la página 14 puede leer cómo estamos mejorando en este sentido. El mundo está cambiando rápidamente. En un congreso de la industria automovilística tuve la ocasión de ver el siguiente eslogan: «el futuro nunca ha sido tan provisional». Esta frase captura la esencia de la época en que vivimos. Nos vemos obligados a avanzar cada vez más rápido al ritmo de los cambios del cliente. Estos clientes demandan a veces alojamientos de lujo. En este número de El Mundo ACSI también queremos informarle lo mejor posible de las tendencias, que cambian constantemente. Otros campistas compran su primera autocaravana. ¿Cómo reacciona usted como director de camping? Le presentaremos unas

cuantas cuestiones interesantes. En los dos números anteriores, especialistas holandeses y alemanes daban su opinión sobre el futuro del camping; en esta edición, Antoinette de Prévoisin nos dará su visión sobre este asunto desde el prisma francés. Antoinette es muy conocida dentro del sector francés del camping, del que tiene una visión muy novedosa. Espero que esta edición de El Mundo ACSI vuelva a servirle de inspiración y le dé nuevas ideas. Y es que todos tenemos el mismo objetivo: ofrecer las mejores vacaciones al mayor número de campistas posible.

Un cordial saludo,

Ramon van Reine  
Director ejecutivo  
de ACSI

## Tanto de salida como de entrada a Gran Bretaña Caída de las vacaciones de acampada a causa del Brexit

Los problemas causados por el Brexit este año han dado como resultado una caída en 2019, muy notable en algunos casos, en el número de vacaciones de acampada, tanto hacia como desde el Reino Unido. Las consecuencias son apreciables en Inglaterra e Irlanda, así como en varios destinos populares de camping del resto de Europa.

El turismo de acampada en Inglaterra está viéndose seriamente afectado por la amenaza del Brexit. Son muchos los establecimientos, entre los que se encuentran el Robin Hood Caravan Park y el Crows Nest Caravan Park, en Yorkshire, que están registrando un descenso en el número de clientes europeos. Al mismo tiempo, informan de un aumento de campistas ingleses dentro de su propio país. En Irlanda se habla de una ligera caída, según aseguran, entre otros, los campings Balinacourty House y The Apple Farm, de la localidad meridional de Tipperary. La

impresión es que a los que optan por otros destinos les disuade el hecho de tener que cruzar Inglaterra, tanto en el viaje de ida como en el de vuelta.

### La incertidumbre pasa factura

En varios países europeos que tradicionalmente atraen a muchos británicos se ha observado una considerable caída de campistas procedentes del Reino Unido. En los Países Bajos, el Vakantiepark Delftse Hout recibió un 30 % menos de huéspedes ingleses. El camping Koningshof de Rijnsburg, igualmente holandés, donde de media una cuarta parte

de los huéspedes son británicos, ha registrado también un descenso, si bien algo más leve, de entre un 5 y un 10 %. «La incertidumbre entre los británicos está haciendo mucho daño», explica Flip Kromhout, del Koningshof. «Esperan a hacer las reservas, por lo que en última instancia se tienen que quedar en su país, puesto que los campings europeos ya están completos». No obstante, no muestra demasiada inquietud por la evolución del Brexit. «Los Países Bajos siguen siendo un buen destino vacacional que para los británicos está prácticamente a tiro de piedra».



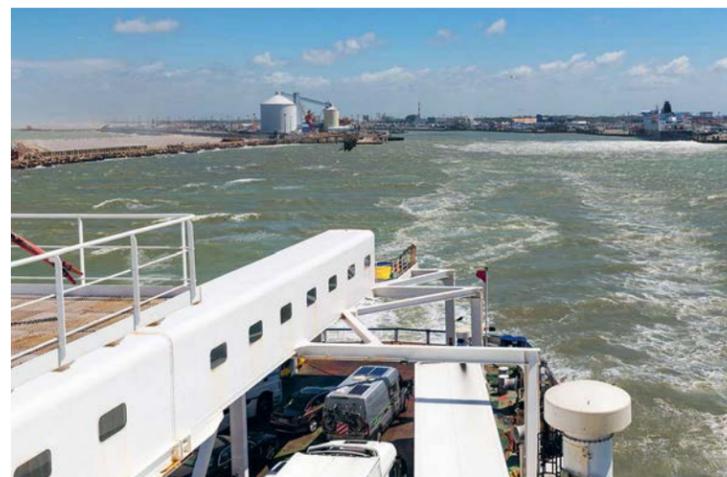
### Francia -18 %

Las cifras que arroja el barómetro de campings Sequoiasoft indican que el número de reservas de británicos y franceses en los primeros cuatro meses cayó entre un 15 y un 18 %. Por el contrario, se ha registrado un aumento en las reservas de los franceses

dentro de su país hasta finales de febrero de un 16 %.

La cadena francesa de campings Huttopia informa del descenso en el número de campistas ingleses que tienen la CampingCard ACSI. Sunêlia, una cadena que aglutina a numerosos campings de Francia, se ha asociado con la cadena británica Best of British (BOB) para tratar de dar la vuelta al efecto del Brexit. Ambas promocionan conjuntamente el turismo de acampada entre Inglaterra y Francia. Según informa Sunêlia, el número de reservas de británicos en la cadena a mediados de mayo se había duplicado con respecto al mismo período del año anterior.

Por último, en España, los campings Playa Tropicana y Torre La Sal, situados en la Costa del Azahar, aseguran que no han apreciado ninguna diferencia en las reservas de clientes ingleses en comparación con 2018.



A los europeos que quieren ir a Irlanda a veces los disuade el hecho de tener que pasar por Inglaterra.

# Las dos caras de Francia como destino de acampada

Con cerca de 6000 campings, los campistas tienen una amplia variedad de establecimientos en Francia donde elegir. Los más numerosos son los campings pequeños, repartidos por todo el país. Los más grandes acaparan la mayor parte del volumen total de facturación del sector. Un sector con dos caras que en los últimos 20 años se han ido diferenciando cada vez más.

Contra todo pronóstico, las reservas en línea en junio de vacaciones de acampada en Francia han aumentado en cerca de un 30 % con respecto a los tres meses precedentes. Así lo explican los proveedores de PMS (programas de reservas para los administradores de campings) y sistemas de marketing y reservas en línea para campings. De este modo, la pretemporada de 2019, que comenzó titubeante, se ha cerrado con un balance muy positivo.

Gracias al clima extraordinariamente bueno de la segunda mitad de junio, las ofertas de última hora funcionaron muy bien y atrajeron el interés de los campistas extranjeros. Aun así, los huéspedes franceses son los más habituales en los campings de su país. En líneas generales, los campings de cuatro y cinco estrellas son los que más se benefician de esta tendencia.

## La popularidad del camping pequeño

Los resultados del estudio mencionados anteriormente se refieren únicamente a campings con PMS y un sistema de reserva en línea. Este grupo incluye cam-



Los más numerosos en Francia son los campings pequeños, repartidos por todo el país.

pings grandes y pequeños, de una a cinco estrellas, pero sobre todo campings grandes de tres, cuatro o cinco estrellas. No obstante, más de la mitad de los cerca de 6000 campings oficiales de Francia (un 56 %) son establecimientos pequeños con menos de 50 plazas. Por otra parte, existen unos 2000 campings no oficiales.

El desarrollo económico de los últimos 20 años en este sector ha hecho que crezca cada vez más la división del mercado. Por un lado están los campings pequeños. Una parte de ellos están desapareciendo al no poder satisfacer las expectativas del consumidor, cada vez más altas, y al no poder

invertir en instalaciones para atraer nuevos clientes. Por otro, están los campings más grandes, de 150 plazas como mínimo, que están siendo adquiridos paulatinamente por cadenas.

## Asociaciones y cadenas

Las empresas de camping, que inicialmente eran pequeñas, han ido invirtiendo con los años en nuevas instalaciones, profesionalizándose y modernizándose cada vez más. A comienzos de los años 60 del siglo pasado se produjo la primera oleada de concentración: propietarios de campings independientes con los mismos valores se asociaron para compartir sus campañas de marketing

y comunicación. Así es como nacieron las primeras asociaciones. En aquella época, tan solo un 8 % de los campings franceses pertenecían a una asociación de este tipo.

A principios del siglo XXI, cuando los campings estaban sujetos a muchos cambios a causa de un enfoque tremendamente resuelto y creativo, entraron en escena grandes inversores. Estas compañías, en su mayoría procedentes de otros sectores del turismo, como cadenas hoteleras, se fijaron como objetivo ofrecer un amplio abanico de destinos en las localidades más populares de Francia. Buscaron los campings más grandes, con la mejor situación y el mayor número de instalaciones, y los compraron. Casi todos ellos eran campings que habían participado y se habían beneficiado de la dinámica de las asociaciones.

## La lucha por los lugares más bonitos

Actualmente se está librando una

batalla en la que los campings no pertenecientes a asociaciones están siendo absorbidos por cadenas. Mientras que los catálogos de las asociaciones son cada vez más finos, los de las cadenas no hacen más que crecer. No hay una semana en la que al menos un camping independiente no sea adquirido por una cadena. Para ello es muy importante la calidad real de las instalaciones. Y en este sentido, los campistas son quienes tienen la última palabra.

Aún quedan campings que celebran su trigésimo, cuadragésimo o incluso quincuagésimo aniversario y que siguen en manos de la misma familia. Hoy en día, estas empresas constituyen el símbolo de la resistencia en el sector. Están ubicadas en lugares de especial atractivo y se han ido adaptando durante décadas para satisfacer todas las expectativas de los campistas. Estos campings perfectamente equipados no han estado nunca tan solicitados como ahora.



Los campings grandes acaparan la mayor parte del volumen total de facturación.



## Antoinette de Prévoisin

Antoinette de Prévoisin, experta en tendencias y redactora jefe de Décisions HPA, una publicación francesa para directores de camping, sigue de cerca la evolución de este sector.

# Pasaremos a ser 400

## Buscamos 100 nuevos inspectores

ACSI visita (y revisa) más de 10 000 campings anualmente. De esta forma podemos garantizar que la información de las guías ACSI, las apps y las páginas web siga siendo actual y fiable. A fin de poder seguir visitando todos los campings cada año y dedicarles más atención, ACSI va a contratar 100 nuevos inspectores.

Actualmente, el número de inspectores está en torno a 300. Mediante una campaña de contratación, ACSI quiere conseguir que este número ascienda a los 400 en 2020. Este número es similar al de zonas de inspección, de modo que cada inspector se puede centrar directamente en una región.

### De pueblo en pueblo

ACSI va a contratar activamente, pero también quiere ampliar los conocimientos digitales de sus inspectores. Es el futuro. Por lo general, el grupo objetivo que más afinidad tiene es (ligeramente) más joven. Por eso esta campaña se lanzará también donde se encuentra este grupo de destino:

en Internet. En los sitios web de ACSI, así como en Facebook y YouTube, entre otros.

### La cara visible de ACSI

Durante las sesiones informativas especiales, que se celebrarán en noviembre, ACSI informará de manera más detallada a los inspectores candidatos y hará la selección definitiva. A continuación, los nuevos inspectores recibirán la formación de ACSI durante unas jornadas de instrucción en marzo y unos cursos en abril. Al acabar, ya estarán listos para ponerse en camino.

Una buena información es fundamental, porque la labor que realiza el inspector para ACSI es

importante. Al fin y al cabo, no es sólo un huésped crítico más que busca calidad y buen ambiente, sino que para muchos directores de camping, el inspector es además «la cara visible de ACSI».

### Perfil del inspector

Por este motivo, nuestros inspectores tienen que reunir una serie de cualidades, entre las cuales dominar el mundo digital es cada vez más importante. Asimismo, deben ser amantes del camping, que dispongan de equipo propio y que estén dispuestos a pasar fuera de casa unas cuantas semanas seguidas entre mayo y agosto. Un inspector debe tener don de gentes y cierto talento comercial. Sus cometidos son extensos, pero gracias a los inspectores ACSI seguirá pudiendo visitar todos los campings en el futuro para preparar cada año a los campistas antes de decidir su destino.



# El éxito de Eslovenia

En los últimos años, Eslovenia se ha convertido en un destino muy popular. Cada vez más turistas descubren esta perla virgen. Tanto es así que Eslovenia encabeza las listas en cuanto al aumento de pernoctaciones en campings en Europa. ¿Pero qué hay detrás de este éxito?

### La diversidad de Eslovenia

¿Puede ser por la simpatía de sus gentes o por los precios, relativamente bajos, de una cerveza y una sabrosa comida? ¿O existen otros motivos para que los campistas estén dirigiéndose en masa a este país? Saša Verovšek, de la Oficina de Turismo eslovena, lo tiene claro: «Tanto si acampa con

su propio equipo como si opta por un alojamiento de glamping, dormirá siempre cerca de lugares de interés naturales y culturales, con preciosas vistas. El paisaje esloveno atesora una gran diversidad, con altas cumbres, las cuevas kársticas, únicas, el mar Adriático y verdes colinas».

### Se acerca el cambio

Lidija Koren, directora de Kamp Koren, en Kobarid, corrobora las tentaciones de la belleza natural. Por otra parte, asegura que los turistas buscan cada vez más destinos en los que pasar sus vacaciones de forma activa. Eslovenia ofrece numerosas posibilidades en cuanto a actividades deportivas:

senderismo, rafting, ciclismo, parapente, etc. «El cambio climático también ha influido», asegura Lidija. «Las temperaturas están aumentando durante todo el año. Gracias a esto, a la gente también le apetece ir de camping a principio de la primavera y en otoño».

### El crecimiento «repentino»

¿Por qué está tan en boga el país en los últimos años? En 2011, la Oficina de Turismo eslovena desarrolló un plan con una nueva estrategia comercial. El objetivo era mejorar la calidad de los servicios turísticos en Eslovenia. Para ello se centraron en el desarrollo de productos innovadores dirigidos a aumentar los ingresos provenientes del turismo. En este sentido, adoptaron como factor clave la promoción de un desarrollo sostenible del turismo, respetuoso con las personas y el medio ambiente. (Fuente: <http://www.ukom.gov.si>)

Esta estrategia ha permitido a muchos campings mejorar sus instalaciones y construir otras nuevas para complacer a los campistas, como parques infantiles, programas de animación, piscinas para niños y centros wellness. Por si fuera poco, los campings organizan circuitos y escapadas para descubrir la Eslovenia auténtica, sin perder nunca de vista la sostenibilidad. De este modo, Eslovenia fue en 2016 el primer país del mundo en obtener la etiqueta «Green Destination». (Fuente: [www.stat.si](http://www.stat.si))



La rívera estival de Terme Čatež, un popular camping de lujo del sur de Eslovenia.

Número de pernoctaciones de turistas extranjeros en campings eslovenos:

2014	1 218 949
2015	1 344 658
2016	1 396 801
2017	1 689 050
2018	1 934 060

# Nuevo método de trabajo para campings e inspectores

## Portales ACSI: cuesta adaptarse,

Unos 10 000 campings europeos reciben anualmente la visita de los inspectores de ACSI, que se encargan de revisar más de 200 puntos. Una tarea ingente que llevan a cabo 300 inspectores. Este año, todo el equipo ha seguido un nuevo método de trabajo. De ahora en adelante, los resultados de la inspección y los acuerdos sobre publicidad y promoción en Internet del camping se introducen en dos sistemas en línea conectados entre sí: el ACSI Inspector Portal y el ACSI Campsite Portal.

Es justo reconocer que a algunos campings e inspectores les ha costado un poco acostumbrarse, pero al final los portales hacen mucho más fácil la vida a ambas partes.



Estos dos nuevos portales facilitan mucho el trabajo tanto de los campings como de los inspectores.

«TODO AQUEL QUE SEPA LEER BIEN SABRÁ ARREGLARSELAS»

Se reduce la posibilidad de errores en las guías, anuncios y promoción en línea, simplifica la administración y los campings ejercen incluso una mayor influencia en la decisión sobre qué materiales emplea ACSI para presentarlos.

### Más en tu mano

Este año, por primera vez, se han enviado digitalmente las confirmaciones de pedido. Esto acaba con los contratos en papel, con firmas ilegibles y otras cosas que podían no quedar claras. Además, de ahora en adelante, los propios campings son los que deciden qué fotos, vídeos y logos utiliza ACSI para la promoción. Basta con iniciar sesión en el ACSI Campsite Portal para cargar fácilmente el material necesario. De esta forma,

ACSI Campsite Portal - Kampeerdorp de Zandstuve

Contact - Inspector | Contact - ACSI Sales | 105730

Home | Promotion [Signed] | **Material [Open]** | Control Panel

### Material

Here you will find a list of the promotion you ordered. You can upload and save the materials for each product.

Campinggids EU
  Campingführer Europa
  CampingCard ACSI
  Online Photos
  Inspector Photos

Photos

You have indicated that you want to submit new photo(s) for the **Online Photos**

[Upload Photo](#)

**Include 27 Images included in promotion 2020**

You can select 27 photos for your online presentation on the multiple websites of ACSI. Calculation:

- 4 photos for Campinggids Europa 1/8 z/w
- 3 photos for Campingführer Europa 1/8 kleur
- 20 photos for ACSIBooking

**Colour explanation**

- Not included by campsite
- Included by campsite
- Approved by Inspector
- Rejected by Inspector

<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020
Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected
<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020
Validation by Inspector:				

© 2019 by ACSI Campsite Portal (v.1.3.95)

# pero son muy prácticos

para el camping siempre será lo más económico posible.

## Mano a mano con el inspector

Por lo general, los campings que han trabajado con el nuevo portal muestran una reacción muy positiva. Tras una primera toma

## «AHORA YO TENGO EL CONTROL»

de contacto, la mayoría de ellos aprecian las ventajas que ofrecen los portales. Así lo hizo Lars Norgaard, director del Løkker Strand Camping, en Jutlandia del Norte. «Me ha llevado un tiempo acostumbrarme al ACSI Campsite Portal». Por eso le alegró poder contar con la ayuda del inspector para ajustar sus preferencias de promoción en el portal. «El inspector me dedicó todo el tiempo que necesité, por lo que el resultado fue muy bueno», explica Norgaard. Según él, una de las ventajas principales es que los acuerdos estén todos claramente en el mismo sitio, para poder consultarlos rápidamente cuando sea preciso.

Al preguntarle si volvería a los contratos en papel, responde: «¡Venga ya! Eso ha quedado obsoleto. Ahora todo se hace por vía digital. Tanto si nos gusta como si no. Lógicamente, uno debe evitar cualquier fallo informático, pero lo digital tiene muchas ventajas».

## Programa claro por etapas

Angelique Joosten, directora comercial del Recreatiepark De Leisert, en Roggel (provincia holandesa de Limburg), también está muy satisfecha. Ella también contó con la ayuda de un inspector de ACSI en su primera toma de contacto con el ACSI Campsite Portal. «Pasas por una serie de fases que siguen un orden lógico. Todo aquel que sepa leer bien y que no tenga mucha prisa sabrá arreglárselas, sin duda».

El Recreatiepark De Leisert utiliza material promocional nuevo cada año. A Joosten le gusta sobre todo el hecho de no tener que enviar todo a ACSI y confiar en que funcione bien. «Ahora yo tengo el control. Solamente tengo que abrir el portal y ya puedo cargar el material para mi camping. Eso me aporta una sensación de seguridad. Además, como camping tienes todos tus datos en el mismo sitio. Por fin voy a poder deshacerme de todos esos armarios de archivadores repletos de informes y contratos en papel», añade riéndose. ¿Qué recomendaría a aquellos campings a los que todavía les

resulta difícil trabajar con el portal? «Que pidan ayuda a alguien. Los jóvenes saben mucho de informática y se mueven como pez en el agua en el mundo digital. Un hijo, un recepcionista o un empleado de animación: con un poco de ayuda de la generación más joven cualquier propietario saldrá de esta, aunque no sea ningún experto en informática».

## Nuevas posibilidades

Entretanto, ACSI continúa desarrollando los portales tras las inspecciones de este verano, con el fin de prestar un servicio aún mejor a los campings. Siempre hay algo nuevo por descubrir. Desde finales de este año, por ejemplo, será posible contratar a través del Campsite Portal promociones adicionales en los distintos sitios webs y apps de ACSI.

Un camping podrá recibir más visitas por medio de un enlace directo a su web. De este modo, el camping figurará más arriba en los resultados de búsqueda de Eurocampings.eu y en la app ACSI Campings Europa. Si además participa en la CampingCard ACSI, el enlace aparecerá también en CampingCard.com y en la app CampingCard ACSI. Si el camping está incluido en el sitio web de Pequeños Campings con Gran Encanto, se publicará el enlace tanto en este sitio web como en la

app ACSI Great Little Campsites. Su uso solamente comporta costes en el momento en que un cliente haga clic sobre el enlace directo a la web del camping. Para ello se pueden comprar un número de «clics». Cuando estos se agoten, el enlace directo desaparece. Naturalmente, siempre es posible comprar más clics. En el ACSI Campsite Portal se puede ver la frecuencia con que se usa un enlace. En el portal se muestra asimis-

## «TODOS LOS CONTRATOS AL ALCANCE DE LA MANO»

mo el número de clics que se han comprado y los que quedan. Es posible incluso crear una página específica o una versión del sitio web del camping en otro idioma.

## Todo al alcance de la mano

En pocas palabras: en los portales siempre tendrá a mano todos los contratos y confirmaciones de pedido. Por otra parte, con el uso de los portales, ACSI pretende reducir al mínimo la posibilidad de errores, lo que redundará en beneficio del camping y del campista.

## ¿Qué hay de nuevo?

Este verano, una vez más, unos 300 inspectores de ACSI han revisado más de 10 000 campings. Durante la visita, se exponen al director del camping las posibilidades de publicidad y promoción por Internet para atraer más campistas al establecimiento. Por primera vez, estos acuerdos se han realizado a través de dos nuevos sistemas: el llamado ACSI Inspector Portal y el ACSI Campsite Portal.

Su uso conlleva una mejora en la calidad de los datos, además de reducir la posibilidad de que se produzcan errores en el procesamiento de los datos que se recogen durante la inspección. Por otra parte, los portales suponen el fin de las confirmaciones de pedido en papel.



A partir de ahora, el camping recibirá digitalmente las propuestas de promoción. La persona de contacto del camping confirma el pedido por medio de un código de verificación que recibirá en su teléfono móvil.

Todos los acuerdos realizados se pueden consultar en línea en el ACSI Campsite Portal. De no cumplirse los acuerdos, el camping podrá modificar posteriormente el pedido de promoción (o en consulta con ACSI) desde el portal, hasta la fecha que figura en la confirmación del pedido. De esta forma se evitan posibles confusiones en las que haya varias confirmaciones de pedido.

De esta forma se evitan posibles confusiones en las que haya varias confirmaciones de pedido.

De ahora en adelante, los campings que contraten publicidad o promoción en línea, facilitarán las fotos, logos y vídeos que quieran utilizar para ello. Para ello, solo tiene que cargar dichos archivos en el ACSI Campsite Portal. Así se garantiza que ACSI disponga en todo momento del material promocional adecuado y más actualizado.



Recreatiepark De Leisert: «El hecho de cargar tú mismo el material te da una sensación de seguridad».

# Wifi en el camping

## Desafíos y tendencias

Para muchos campistas, tener wifi en el camping constituye un servicio importante. Y todo un desafío para los propietarios de los campings. Los avances en este campo no paran. Hemos entrevistado a tres expertos en la materia: Edwin Oskam trabaja en la compañía holandesa KommaGo, que atesora una gran experiencia en la instalación de redes wifi en campings. Los inspectores de ACSI Carel y Karin Iking son avezados campistas y llevan 37 años inspeccionando campings de los Países Bajos, Croacia y Eslovenia. Vivien Lamotte es director del camping francés Campéole Plage des Tonnelles - Dornier.

### Una demanda creciente

«Hemos constatado que al preguntar a los campistas, estos consideran las instalaciones sanitarias y el wifi como los temas más importantes», explican Carel y Karin Iking, inspectores de ACSI. En opinión de Edwin Oskam, de KommaGo, los huéspedes de este tipo de establecimientos se llevan cada vez más dispositivos móviles. «No estamos hablando solo del teléfono móvil, sino de tablets y ordenadores portátiles. Y cuentan con que haya una buena conexión. Al mismo tiempo, los receptores wifi de estos aparatos tienen menos potencia que hace unos años». Para los directores de camping, satisfacer todas las expectativas supone un gran reto. Las redes antiguas no suelen bastar. Esta es precisamente la experiencia de Vivien Lamotte, del camping Campéole Plage des Tonnelles - Dornier. «Nuestra red anterior, de 2010, ya no servía: cubría únicamente la mitad del camping. Por eso hemos realizado una gran inversión en los dos últimos años. Ahora tenemos cobertura en todo el recinto».

### ¿Suplemento o no?

¿Debe aplicar el camping un suplemento a sus huéspedes por el wifi o no? En este punto, las



opiniones difieren. Lamotte explica que la inversión ha sido tan grande que sí van a repercutir los costes. «Si ofrecemos el servicio de wifi no es con el fin de ganar dinero, sino de dar respuesta a la

**«TUVIMOS QUE PODAR LOS ÁRBOLES PARA CONSEGUIR UNA BUENA INTENSIDAD DE LA SEÑAL»**

gran demanda de los clientes». La pareja de inspectores Iking ha recogido reacciones diversas de los campistas. «Solemos escuchar que los huéspedes están

dispuestos a pagar un poco más por noche si el wifi está incluido. Pero en ese caso, debe funcionar correctamente. Se producen quejas cuando un sistema funciona un código de acceso por el que hay que pagar y que no funciona bien, o cuando el camping es muy caro y los clientes tienen que abonar un suplemento por el wifi».

Oskam destaca que está disminuyendo la predisposición a pagar más por el wifi. «A la gente le gusta cada vez menos el sistema de código de acceso, a veces con un límite máximo diario de consumo de datos». Propone una alternativa. «Cada vez son más los campings que asocian el acceso al wifi con las redes sociales. Así, por ejemplo, si el usuario de a Me gusta en Facebook, puede obtener acceso. De esta manera, los clientes generan publicidad adicional». Por otra parte, Oskam aconseja preguntar por anticipado

a los huéspedes qué expectativas tienen con respecto al wifi. «Algunos campistas desean, deliberadamente, no tener acceso a Internet durante sus vacaciones. Otra posibilidad es plantear un camping sin wifi».

### Los árboles y las rocas plantean una gran dificultad

Por lo general, los campings están emplazados en medio de la naturaleza, lo que dificulta ofrecer una señal wifi con una buena cobertura en todo el recinto. «En Istria hay gran cantidad de formaciones rocosas y diferencias de altitud, por lo que se utiliza también fibra de vidrio», explican los inspectores Carel y Karin Iking. El camping de Lamotte tiene una extensión de 26 hectáreas y muchos árboles. Esto requiere un planteamiento bien meditado. «Necesitábamos un elemento o cincuenta puntos de acceso y un empalme con un cable de fibra de vidrio de 400 metros. Tuvimos que recurrir incluso a un jardinero especializado para que podara los árboles, para evitar que el follaje debilitara demasiado la señal. Además, todos los puntos de acceso necesitan electricidad, que se debe obtener de las tomas existentes. Fue un proyecto grande. Eso sí, ahora hay wifi en todas partes». Asimismo, Oskam indica que es importante analizar bien todo el recinto. Con cada nuevo proyecto, lo primero que hace es estudiar un plano del camping. Otra posibilidad es realizar mediciones sobre el terreno.

### 4G

«La señal de Internet no llega igual de bien a todas partes, lo cual puede ser un problema para los campings», explica Oskam. «Por suerte, la cobertura 4G está aumentando. Esta será cada vez más la base para una red wifi. Con toda seguridad, puede ser una buena solución para campings

**«SI SE ASOCIA EL WIFI A LAS REDES SOCIALES, SE OBTIENE PUBLICIDAD EXTRA»**

pequeños». Los inspectores Iking destacan que en los Países Bajos muchos campistas tienen un contrato barato de datos móviles, por lo que no siempre necesitan utilizar el wifi del camping. «Los huéspedes más jóvenes, que pasan mucho tiempo viendo contenido en YouTube, por ejemplo, si quieren contar con una buena señal wifi». Sin embargo, no todos los campings disfrutan de una buena cobertura 4G. Por ejemplo, en el camping de Lamotte la señal 3G y 4G no es buena. Oskam confía en que la cosa mejore poco a poco y que los campings tengan cada vez más opciones para implantar una buena red wifi.



# Novedades del mercado de alquiler

**Ni un momento de relax.** Los fabricantes de alojamientos de alquiler y los campings colaboradores no dejan de innovar. Una vez más, se han lanzado al mercado nuevos y sorprendentes productos, con diseños atrevidos. Todo ello con el fin de satisfacer todos los deseos del campista moderno. Hemos seleccionado algunos de ellos.

El Vakantiepark Mólke, en Overijssel (Países Bajos) va a utilizar este año 10 bungalows muy particulares, diseñados especialmente para niños. Giran en torno a tres temas: el fútbol, las princesas y la granja. Los alojamientos se han decorado con todo detalle sobre el tema elegido. De este modo, los pequeños futbolis-



El bungalow ambientado en el fútbol del Vakantiepark Mólke



El nuevo Aurora y su atrevido diseño

tas dormirán en un banquillo, la granja dispone de una casa en un árbol y los príncipes y princesas viven en un castillo. «Queremos seguir renovándonos», explica el director Bert van de Maat. «Y esto nos permite situarnos de nuevo por delante».

Adria anuncia innovaciones en toda la gama para 2020. Lo más destacado es un chalet completamente nuevo, el Aurora. Se trata de un alojamiento apto para cualquier temporada y muy eficiente desde el punto de vista del consumo de energía. Al llegar, la persona se encontrará entre un chalet modular y uno estándar. En relación con las tiendas de glamping, se ha desarrollado una serie totalmente nueva, Adriatic, con una magnífica relación calidad-precio. Además, de ahora en adelante, las lujosas tiendas

Boutique contarán con puertas y ventanas panorámicas de cristal.

El fabricante francés de tiendas Tipihome quiere llegar aún más alto. Al menos para dormir, ya que han desarrollado una serie de tiendas tipi de dos pisos. En el segundo piso hay un dormitorio al que se accede por una rampa. Tienen distintos modelos, desde estándar hasta confort de lujo. La tienda se instala fácilmente y es apta para cualquier terreno.

Crippaconcept, fabricante italiano de chalets y pabellones, se presenta del 9 al 11 de octubre en la feria Beach & Outdoor de Rimini con un gran pabellón. Al igual que en la Milan Design Week de abril, la presentación girará en torno al concepto de «Nuovi Sogni» (nuevos sueños). El fabricante ha anunciado seis novedades, inclu-



El fabricante de tiendas Tipihome quiere llegar aún más alto.

yendo el rediseño de los chalets Mediterranea y Queenlander, con nuevos materiales. Asimismo, el popular modelo Next Evo ha servido de base para el nuevo Mirage, disponible en tres versiones. La gama de pabellones incorpora tres modelos nuevos.



El modelo Marbles, que ya se puede ver en Rimini.

Por último, algunas noticias internas sobre las empresas. Desde mayo de este año, Luxetenten.com tiene dos nuevos propietarios: Hans van der Wind e Ivo van der Vlis. Su fundador, Patrick Damen, cede el testigo diez años después, dejando tras de sí una empresa muy sana. «Somos la referencia en el mundo del glamping y hemos creado un catálogo de doce modelos. Nuestras tiendas safari ya están presentes en más de 43 países». Ivo van der Vlis: «El mercado del glamping está aún en pañales y tiene un potencial enorme. Cuanta mayor comodidad y mejor experiencia, menos molestias. Gracias a ideas inteligentes, procedentes en ocasiones de sectores totalmente distintos, nos ayudan a seguir innovando en el sector de las tiendas de lujo».

## Un gran crecimiento de ACSI Booking

Desde el 1 de enero de 2019, el número de campings que se pueden reservar a través de Eurocampings o CampingCard ACSI ha pasado de 720 a 1136, lo que supone un aumento del 58 %. Las reservas en julio para la temporada 2019 quintuplicaron las del mismo período de 2018.

### ¿De dónde provienen los campistas?

El top 5 de 2019 lo forman hasta ahora: Países Bajos (37 %), Alemania (17 %), Reino Unido (17 %), Bélgica (9 %) y Francia (6 %). Estos países representan más de un 85 % de las reservas. Apenas un 1 % de todas las reservas proceden de fuera de Europa. Llama la atención que de estas, la mayoría son de Nueva Zelanda. En CampingCard ACSI, el Reino Unido es con mucho el origen de la mayoría de las reservas: un 32 %.

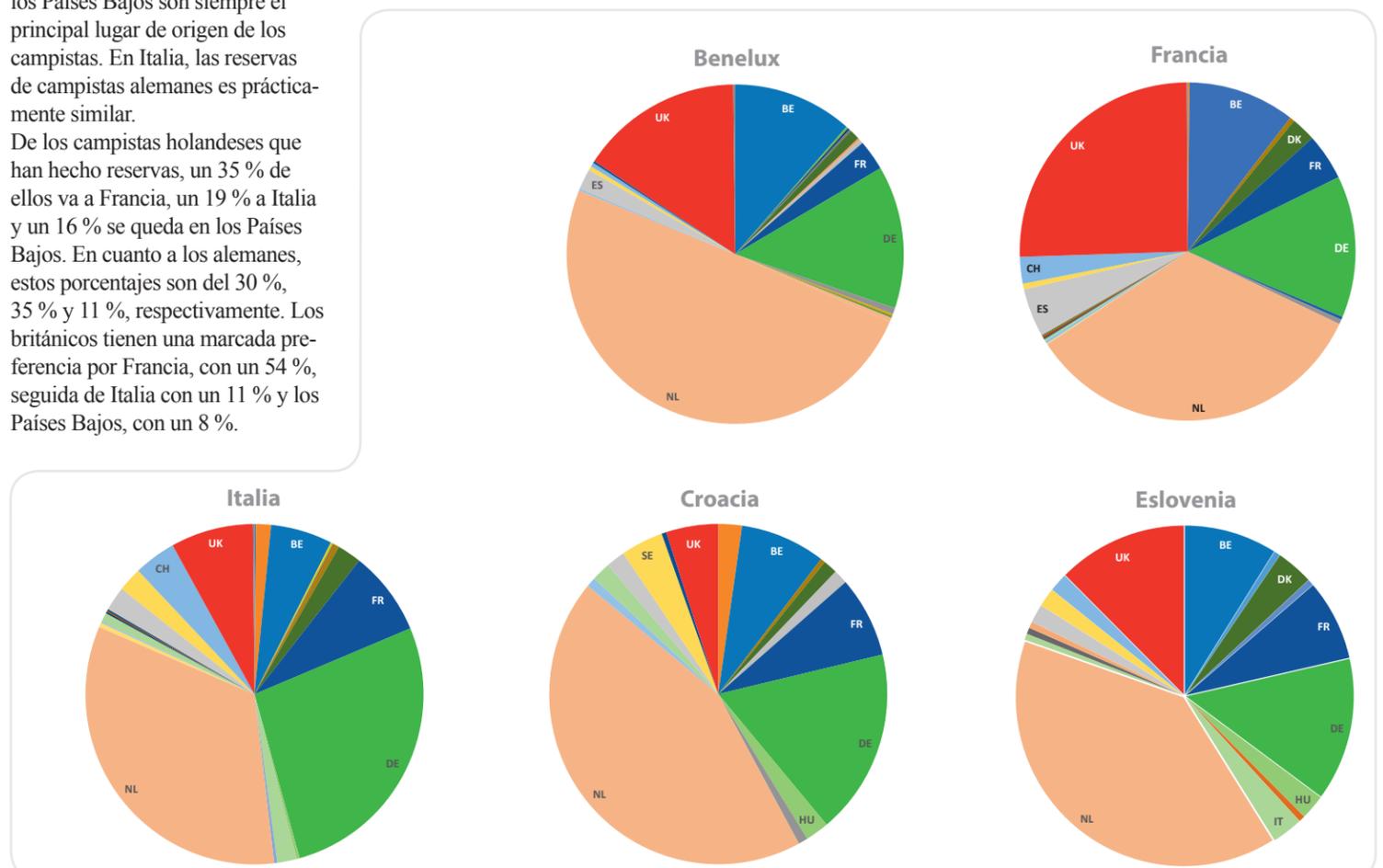
### ¿Y adónde viajan?

En lo que respecta a los destinos de las personas que reservan, los cinco principales son Francia (36 %), Italia (23 %), Países Bajos (11 %), Croacia (7 %) y Eslovenia (6 %).

En cualquiera de los destinos, los Países Bajos son siempre el principal lugar de origen de los campistas. En Italia, las reservas de campistas alemanes es prácticamente similar.

De los campistas holandeses que han hecho reservas, un 35 % de ellos va a Francia, un 19 % a Italia y un 16 % se queda en los Países Bajos. En cuanto a los alemanes, estos porcentajes son del 30 %, 35 % y 11 %, respectivamente. Los británicos tienen una marcada preferencia por Francia, con un 54 %, seguida de Italia con un 11 % y los Países Bajos, con un 8 %.

### Lugar de procedencia de los campistas por destino:



# Campings urbanos una alternativa



Alojarse en un camping urbano es una forma barata de disfrutar al máximo de una escapada.

**El número de campings urbanos no deja de aumentar año tras año. A la gente le gusta salir cada vez con más frecuencia y para unas segundas o terceras vacaciones, a menudo la opción elegida es una escapada a una ciudad. ¿Y cuál es la respuesta de los campings urbanos?**

La popularidad de este tipo de viajes, normalmente cortos, de entre uno y tres días, no hace más que crecer. Según el informe ITB World Travel Trends Report 2018/2019, las escapadas urbanas internacionales constituyen el

segmento de crecimiento más rápido del mercado del ocio. Esta evolución se observa desde hace ya un tiempo. Entre los años 2007 y 2017, el segmento de viajes urbanos creció cuatro veces más que el resto del mercado vacacional en su conjunto. En 2014 se reservaron en Europa un total de 70 millones de viajes de este tipo. Si bien este aumento se ha ralentizado en años anteriores, se mantiene un claro crecimiento para 2019, con un porcentaje positivo del 8 %. Europa es el continente con más demanda y representa el destino de un 60 %

de todas las escapadas urbanas internacionales. Un 70 % de los turistas viaja a la ciudad de destino en avión. Un 70 % de ellos se aloja en hoteles, aunque está aumentando la demanda de otro tipo de alojamientos.

#### Una alternativa económica

Alojarse en un camping urbano es una forma barata de disfrutar al máximo de una escapada. Normalmente, este tipo de establecimientos están situados fuera del centro, aunque siempre a una distancia razonable del mismo. Pero también hay campings cén-

tricos. En muchos casos, el propio camping ofrece un servicio de ida y vuelta o se puede utilizar el transporte público para dirigirse al centro rápidamente. Así por ejemplo, en el parque más grande de París, el Bois de Boulogne, se encuentra el Camping De Paris. «Más económico que un hotel, igual de confortable y mucho más natural» es el eslogan con el que se define. Un autobús del camping lleva a sus huéspedes hasta el metro en cuestión de minutos. Podemos encontrar otros ejemplos de este tipo de campings urbanos en el Stover

Strand de Hamburgo, el Camping Roma Flash, cerca de Roma, y el Stadscamping Deventer (Países Bajos).

#### Camping Stover Strand

No muy lejos de Hamburgo, junto al Elba, se encuentra el Stover Strand, un camping de cinco estrellas. Pese a estar tan cerca de esta gran ciudad, el camping está situado en un entorno sorprendentemente verde y rural. En 2018 se registró en Hamburgo un total de 14,5 millones de pernoctaciones de turistas, un aumento del 88 % en los últimos 10 años. Norbert Kloodt, director del camping:

«Stover Strand saca partido a esta tendencia. Para los visitantes de Hamburgo que llegan con su caravana, tienda o autocaravana, es un punto de partida ideal».

Stover Strand no es un camping urbano en el sentido clásico de la palabra. Kloodt: «Somos un camping natural situado cerca de la ciudad. Con la diferencia de que recibimos a clientes de más de 35 países porque Hamburgo atrae a muchos turistas internacionales. La mayoría de ellos combina el ocio a orillas del Elba con una visita a la ciudad hanseática, en ocasiones de varios días. Por ello disponemos de una amplia oferta de servicios. Vendemos la HamburgCard, una tarjeta para el transporte público en Hamburgo y los alrededores, y ofrecemos a nuestros huéspedes un plano



Stover Strand es un camping alemán en la naturaleza, situado a las afueras de Hamburgo.

# atractiva para viajeros de ciudad

gratuito de la ciudad. El autobús sale directamente del camping. Durante el fin de semana y en días festivos, complementamos el transporte público con nuestro servicio de ida y vuelta desde el camping. Además, nuestros clientes pueden reservar también circuitos y excursiones con nosotros. Al menos una vez a la semana ofrecemos una excursión en barco por el Elba».

Stover Strand colabora con las oficinas de turismo de Hamburgo y Flusslandschaft Elbe. «Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes información en varios idiomas sobre Hamburgo, así como la naturaleza y la cultura de la región Tide-Elba», explica Kloodt. «Nuestros huéspedes de Alemania, Europa y otros países aprovechan la oferta cultural de la metrópolis de Hamburgo, sus musicales, el puerto y las tiendas. Y al contrario, también tenemos huéspedes de Hamburgo que vienen a pasar unos días de vacaciones o un fin de semana con la caravana o autocaravana a Stover Strand para relajarse».

## Camping Roma Flash

Roma es un auténtico museo al aire libre y para muchos, la ciudad más hermosa de Italia o incluso de toda Europa. Desde el Camping Roma Flash, con el transporte público, estará en el centro milenario de la ciudad en tan solo una hora. Y a la inversa: puede dejar atrás el famoso Coliseo, el Foro Romano, la escalinata de la Piazza Spagna, la Fontana de Trevi, la Ciudad del Vaticano, el Castillo de Sant'Angelo o el monumento a Vittorio Emanuele a la misma velocidad. Y esa es precisamente la principal cualidad del Roma Flash, según su director, Elide Giovannini. «Quienes ya se han zambullido durante tres o cuatro días en la gran ciudad, pueden venir aquí y relajarse junto al mar».

Roma Flash está ubicado directamente a la orilla del lago de Bracciano, una de las atracciones más hermosas de Italia. Los campistas no están nunca a más de 150 metros del agua. Roma Flash se construyó hace más de 30 años y Giovannini observa



Puede relajarse tras pasar un día en Roma en la terraza del Camping Roma Flash, junto al lago de Bracciano.

que el número de visitantes sigue creciendo. Este aumento no guarda una relación específica con la popularidad de Roma. «Nuestros huéspedes no vienen solo para una escapada urbana. Llegan para pasar aquí sus vacaciones, que incluyen una visita a la ciudad de Roma». Con un abono diario para el transporte público, a un precio muy económico, se puede ir y volver desde el camping rápidamente. También se organizan excursiones a la «Ciudad Eterna», siempre que haya suficientes personas interesadas. Aparte de esta gran atracción, en los alrededores se puede disfrutar de restos arqueológicos y actividades como senderismo o rutas en bicicleta.

## Stadscamping Deventer

Deventer es una de las ciudades más antiguas de los Países Bajos. Su emplazamiento, junto al río IJssel, permitió que la ciudad creciera hasta convertirse en un importante enclave comercial. La ciudad, como miembro destacado de la asociación de comercio de la Liga Hanseática, vivió su edad dorada en los siglos XIV y XV, cuando llegaron a la ribera

del IJssel comerciantes de toda Europa. Lo que hace más especial a Deventer es que ha sabido conservar gran parte de su rica historia. Hay muy pocas ciudades en los Países Bajos que puedan presumir de tener tantos monumentos como Deventer. Stadscamping Deventer es un camping verde y pequeño situado junto al IJssel. Su emplazamiento es único y el terreno tiene vistas panorámicas directas sobre la centenaria ciudad hanseática. El transbordador situado junto al camping permite cruzar el IJssel para visitar el casco histórico. En palabras de Jan Lugtmeijer, director del camping: «El camping se construyó hace aproximadamente 30 años pensando específicamente en visitantes que buscaran un entorno natural. Hace unos 10 años empezamos a enfocarnos

más a la ciudad, lo que derivó en un incremento del número de clientes. Es cierto que la gente suele venir para pasar un período corto de tiempo, normalmente de dos o tres días, lo que se traduce en mucho trabajo de recepción, relativamente, si se compara con un camping en el que los clientes se alojan durante dos o tres semanas. Cuando hay cualquier evento o festival en la ciudad, intento anticiparme con espectáculos y presentaciones. Como catas de sidra, por ejemplo. Con ello trato de conseguir que el ambiente que genera el evento en la ciudad se traslade también al camping. Para ello, suelo colaborar con empresarios de la ciudad». El hecho de que el camping esté situado dentro del casco urbano hace que también recibamos visitantes no deseados, personas

que quieren utilizar las duchas y los baños o que atraviesan el recinto con su vehículo. Según Lugtmeijer, estos turistas de paso, que no son clientes del camping, requieren demasiada atención. «Hay veces que en una hora llegan 100 personas preguntando por el cuarto de baño. La capacidad de las instalaciones sanitarias no se ha calculado para recibir a tanta gente de fuera. Si les dices que no pueden utilizar los baños del camping (aunque hay un baño especial para visitas), les parece poco hospitalario y puedes acabar con un comentario negativo en Internet. No me gusta trabajar con vallas, pases, llaves ni demasiadas normas. Mis clientes valoran esa sensación de libertad. Pero es cierto que tener que vigilar de forma activa supone mucho trabajo extra para mis empleados».



El servicio lanzadera del Camping de París le acerca al metro de París.



El Stadscamping Deventer goza de una maravillosa ubicación junto al río IJssel.

¿Cuál es la respuesta de la industria del camping?

# La autocaravana prosigue su ascenso

De unos años a esta parte, cada vez se ven más autocaravanas en las carreteras europeas. La prensa, y también el sector del camping, presta cada vez más atención a este asunto. ¿Qué ponen de manifiesto las cifras de la lenta pero constante transición de la caravana a la autocaravana y cómo responden los campings?

Según las últimas estadísticas disponibles de la Federación Europea de Caravanas, en 2017 circulaban en Europa unos 1,9 millones de autocaravanas. Alemania (486 900) y Francia (457 000) se sitúan claramente a la cabeza, seguidos por Italia (220 600) y el Reino Unido (205 000). De esta manera, el número de autocaravanas registradas supera la mitad de las caravanas (3 362 950). Las ventas de los últimos diez años muestran que claramente se está produciendo un cambio. Si en 2009 se vendieron unas 67 000, en 2018 el número fue de aproximadamente 125 000. Un aumento de un 86 %, nada menos. A partir de 2016, especialmente, se ha registrado un boom en las ventas. Por el contrario, las ventas de caravanas muestran otro escenario. Desde 2009 han descendido casi un 12 %.

## Grandes diferencias por país

Se puede concluir, por lo tanto, que aún hay muchas más caravanas que autocaravanas, pero estas últimas están experimentando un fuerte avance. ¿Cómo reacciona usted a esta tendencia, como director de camping? Antes de nada, conviene destacar que existen diferencias importantes según el país. Entre los campistas británicos, por ejemplo, la relación caravana/autocaravana es de 2,7 a 1. En el Reino Unido, la venta de autocaravanas ha aumentado un 84 % en la última década, aunque aún hay medio millón de caravanas.

## Gran aumento en la venta de caravanas en Alemania

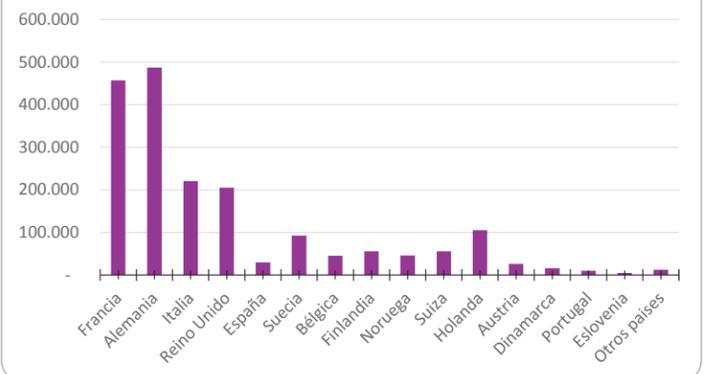
En Alemania y Francia, la relación entre el número de caravanas y autocaravanas en uso es prácticamente de 50:50, con una ligera

ventaja de la caravana. La venta de autocaravanas está creciendo en ambos países, pero mientras en Francia se ha registrado un descenso en el número caravanas vendidas desde 2009, en Alemania ha aumentado en nada menos que un 46 %.

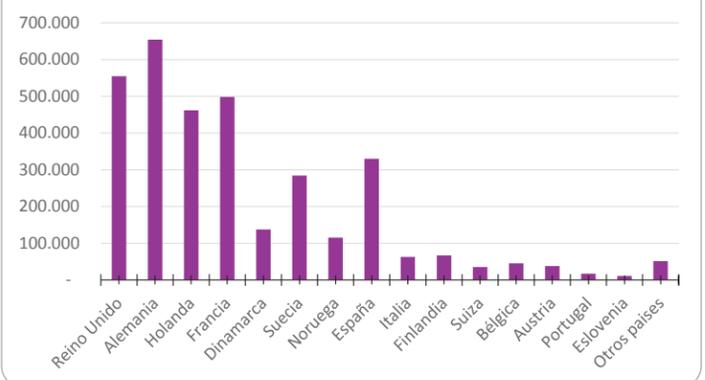
Los Países Bajos son tradicionalmente un país de caravanas. Aquí, la relación caravana/autocaravana es de 4,4 a 1. Sin embargo, las ventas de caravanas en los Países Bajos han descendido drásticamente, mientras que las de autocaravanas aumentan, aunque modestamente. Con sus 462 000 caravanas, los Países Bajos se sitúan a la cabeza de Europa, junto a Alemania, el Reino Unido y Francia. En Italia, la relación se ha dado la vuelta: el número de propietarios de autocaravanas es prácticamente el cuádruple que el



Autocaravanas en uso en 2017



Caravanas en uso en 2017



Home / Campings met camperplaatsen

## Campings met camperplaatsen

Bekijk hier de RCN campings voor met de camper

Ga je op reis met de camper en zoek je een leuke camping met speciale plaatsen voor camperliefhebbers? Op al onze campings (m.u.v. RCN Toppershoedje) in Nederland hebben wij speciale camperplaatsen. Op 3 van onze campings in Frankrijk, hebben wij ook speciale camperplaatsen. Voor de camperplaatsen hanteren wij ook speciale campertarieven.

- ✓ Met je camper op pad in Nederland
- ✓ Met je camper op pad in Frankrijk

de caravanas.

Por lo tanto, es importante saber cómo es el mayor mercado del mundo de la acampada para poder predecir las consecuencias de este cambio. Mientras tanto, el número de autocaravanas no hace más que aumentar. Para muchos campistas, la autocaravana representa la sensación definitiva de libertad. Viajar y hacer noche donde uno quiera, preferentemente gratis. Cómo es lógico, esto levanta ampollas entre los directores de camping. En especial cuando el propietario de la autocaravana se planta a la puerta y pregunta si puede vaciar el agua sucia y reabastecerse de agua potable. Luego están también los lugares gratuitos para autocaravanas, adaptados a menudo por los ayuntamientos. Sin duda, no es agradable que se encuentren cerca del camping.

## Recibir a los propietarios de autocaravanas

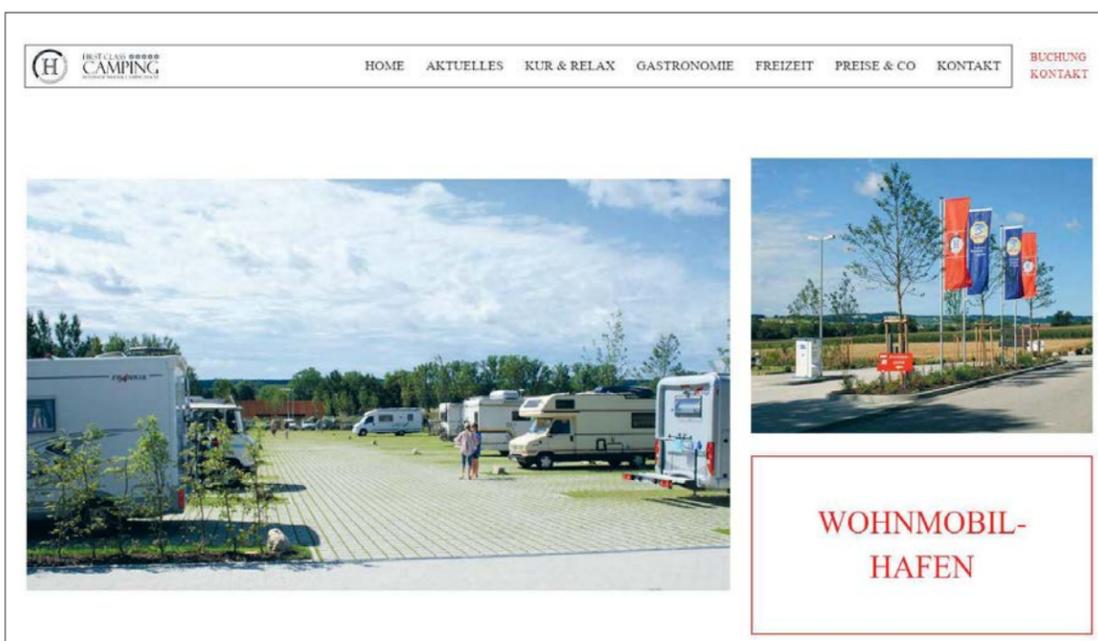
Lo mejor es recibir a los propietarios de autocaravanas e intentar comprender lo que los mueve. Por eso, Kur- & Ferien camping Holmernhof Dreiquellenbad,

en Bad Griesbach (Baviera, Alemania), ha construido plazas para autocaravanas justo enfrente del camping. Allí, los propietarios de este tipo de vehículos pueden pasar la noche a un precio reducido, descargar el agua sucia y reaprovisionarse de agua potable. Estos usuarios pueden utilizar también el restaurante y la tienda. Las dos partes salen ganando: los propietarios de autocaravanas quedan satisfechos y dejan algo de dinero en el camping.

Los parques vacacionales de RCN, en los Países Bajos, también se dirigen especialmente a este tipo de campistas en sus comunicaciones. Cuentan con plazas especiales para autocaravanas, tarifas específicas y, naturalmente, una estación de servicio adaptada para ellas. Aunque no exclusivamente, en su página web sí se dirigen de manera específica a los dueños de autocaravanas.

Aquellos campings que ven aparecer con frecuencia autocaravanas a su puerta han invertido en parcelas más grandes. En ellas se suelen concentrar los campistas que se lanzan a la carretera con este tipo de vehículos de lujo. El parque de caravanas Sexten es buen ejemplo de ello. Se adaptaron a este tipo de campistas y abrieron la puerta a nuevas oportunidades.

Imagen superior: en su página web, RCN se dirige específicamente a los aficionados a las autocaravanas. Imagen inferior: El Camping Holmernhof Dreiquellenbad ha construido parcelas para autocaravanas frente a la entrada del camping.



# Análisis del comportamiento para el marketing del futuro

¿Quiénes son los responsables de marketing del futuro? ¿Son artistas de la comunicación? ¿Estadistas que son capaces de ver conexiones que otros no aprecian? ¿Los ingenieros informáticos que crean sistemas de marketing? ¿Expertos en realizar modelos económicos? ¿O simplemente vendedores y empresarios que aprovechan las nuevas posibilidades, como plataformas, análisis y algoritmos?

## Preferencias de compra

La influencia de Internet es claramente apreciable en la forma de realizar las compras y reservas de los clientes. Buscar ellos mismos en Internet, hacer la reserva y ponerse en camino. El cliente actual está mejor informado, quiere tener una perspectiva general y elegir por sí mismo. Buscar por Internet se ha convertido en una parte importante del proceso de compra y del comienzo del placer de las vacaciones. Esto abre muchas posibilidades, ¿pero cómo

hacer que le encuentren a usted en Internet como proveedor? Aparecer en los primeros resultados de búsqueda en Google no es sencillo. Anunciarse en Google sale caro, pero es imprescindible que los clientes potenciales puedan encontrarle.

## Nuevas plataformas

Las nuevas plataformas, como Booking.com y Airbnb, garantizan una buena visibilidad. Asocian la oferta por temas. Gracias a ello, el usuario es

dirigido enseguida a la plataforma al buscar una oferta específica. ¿Quiere viajar? Entre en Cheaptickets.nl. ¿Busca un lugar donde dormir? Eche un vistazo en Airbnb. Si lo que quiere es un hotel, entre en Booking.com o Trivago. Muestran todas las ofertas en tan solo un segundo. En las plataformas, los proveedores se alían para que esta se encuentre rápidamente. Una manera eficaz de colaborar que también sirve para los campings. Por otra parte, se obtienen muchos conocimientos acerca de los procesos de compra, las preferencias y los deseos de los clientes, lo que puede sentar las bases para adaptar la mejor oferta a las demandas de las personas que realizan las reservas.

## Los algoritmos se ocupan de la comunicación

Una vez que conoce a las personas que quieren realizar una reserva, tiene que poder comunicarse con ellas. Esto se hace por medio de los llamados algoritmos. Se trata de ciclos de comunicación que se ajustan automáticamente, lo que hace posible una comunicación personalizada basada en las características de la persona que va a reservar. Los algoritmos

## La tecnología ofrece nuevas posibilidades

**Plataformas** como Airbnb y Uber asocian las oferta y las coincidencias a las necesidades individuales. Colaborar y anticiparse a las preferencias individuales constituye un modelo muy sólido, más fuerte que el actual. Como camping, debe preguntarse si quiere cooperar en una plataforma con campings de la competencia basándose en las necesidades del cliente.

**Los análisis en profundidad** deben aportar datos sobre otras conductas de compra individuales pero, especialmente, sobre cómo anticiparse a esas conductas. El análisis actual por grupos es demasiado limitado en este sentido. Lo mismo ocurre con los datos históricos, puesto que solamente sirven para optimizar el pasado.

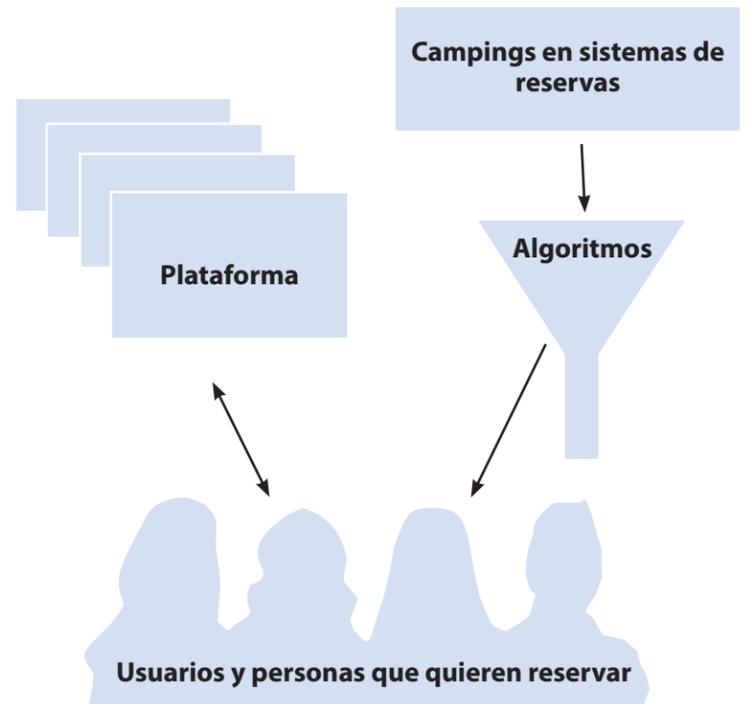
**Los algoritmos** son procesos automáticos que entablan la comunicación con el cliente a partir de su conducta. Esto genera una mayor fidelidad de los clientes, así como un mayor «retorno».



Cor Molenaar es catedrático de marketing digital en la Universidad RSM/Erasmus y director de la consultora estratégica eXQuo, así como socio de Platformsupport & Consultancy. Ha escrito varios libros, entre los que se incluye *¿El fin de la competencia? Hacer negocios en la economía de las plataformas*. Por otra parte, asesora a empresas sobre estrategias comerciales y cómo adaptar la tecnología a los negocios.

ya la plataforma propician una forma de marketing eficiente y una relación individualizada óptima con los clientes y personas que realizan las reservas. Así ocurre ya en Airbnb, Trivago y Uber, entre otras, pero también es la base para su camping, en la actualidad y en el futuro. Sus clientes ya hacen sus compras

de esta manera. Si no se sube al carro, será muy difícil que pueda competir. Trabajar en esto de manera colaborativa lleva a resultados directos. Los conocimientos de los buscadores, clientes y personas que realizan reservas, junto con la comunicación directa, son condiciones imprescindibles para la industria del turismo.



# ACSI, intermediario entre los campings y el campista

**Ir de acampada es una experiencia personal y el camping ideal no existe. Mientras que para una persona lo mejor es un camping grande con piscina y situado en la playa, otra prefiere un camping pequeño en medio de la naturaleza. Y una tienda con suficientes bocadillos recién hechos.**

En ACSI iniciamos hace ahora algo más de un año un proyecto para conocer al mayor número posible de campistas europeos y averiguar cómo podemos serles de ayuda. Para ello, hemos conectado nuestras bases de datos de clientes, información sobre los campings, contenido de los inspectores y nuestro tráfico en Internet. Hasta hace poco, todos estos datos se encontraban en lugares diferentes y se almacenaban en sistemas distintos. En el ACSI Datawarehouse recién construido se han combinado todos los datos disponibles para

obtener una imagen del cliente lo más completa posible.

En el siguiente diagrama, los números 1 a 4 muestran todo el contenido y la información disponible del cliente. Incluye, por ejemplo, todo lo referente a pedidos, llamadas al servicio de atención al cliente, informes de inspectores y valoraciones. Todo ello se junta en la base de datos central (5), a la que hemos dado el nombre de Datawarehouse (almacén de datos). En el diagrama se representa con las siglas «DWH».

Suena muy bien, sí, ¿pero qué vamos a hacer con esto? Nuestra intención es mantener una comunicación lo más individualizada y personal posible con nuestros clientes y recomendarles el camping más adecuado. Para ello nos serviremos de los denominados perfiles de cliente y de sus preferencias a la hora de pasar sus vacaciones y acampar. Adaptamos nuestros contenidos y comunicaciones a los diversos perfiles de cliente.

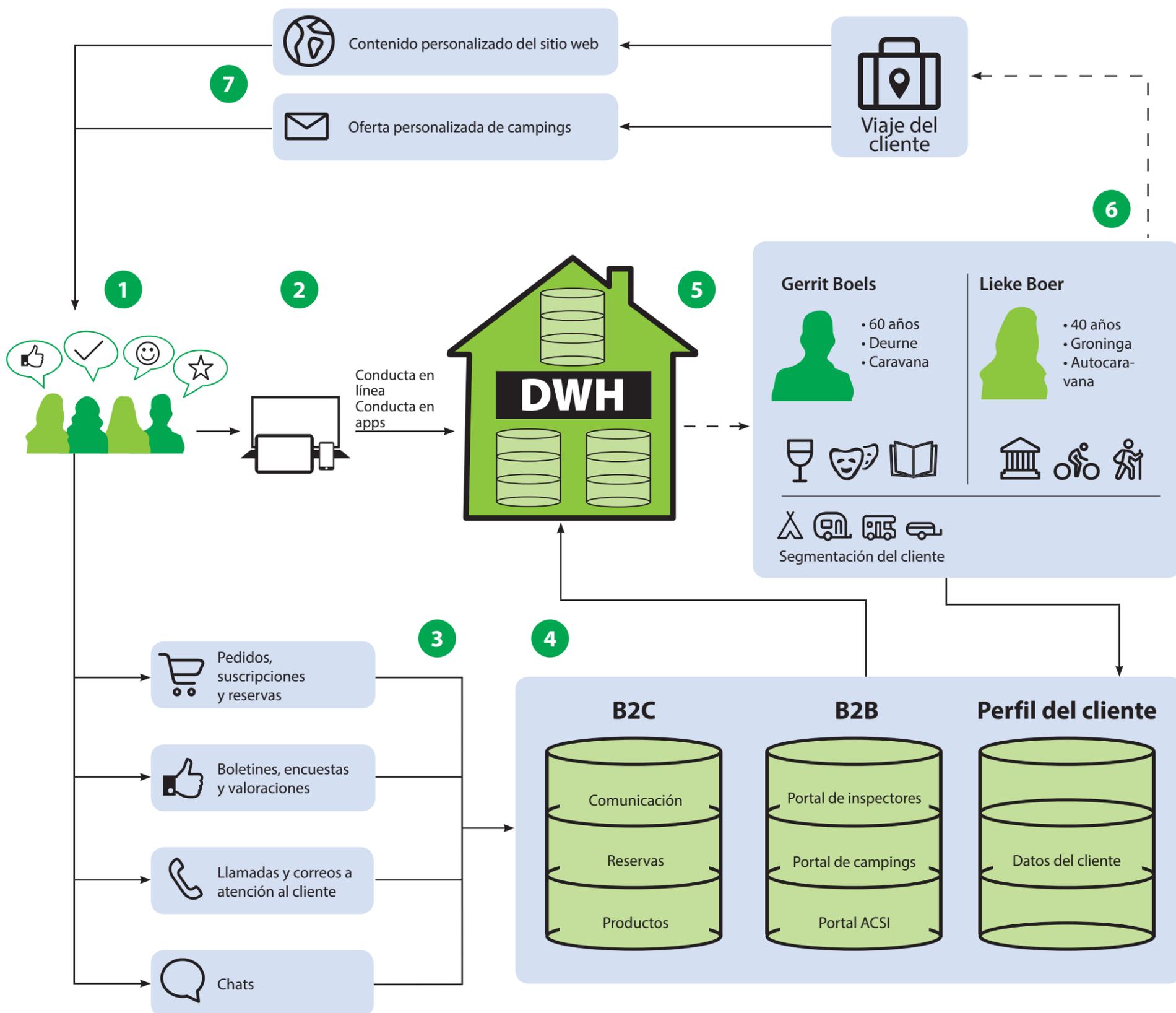
El número 6 muestra dos ejemplos

de perfiles. Gerrit Boels tiene 60 años, vive en Deurne y posee una caravana. En vacaciones le gusta leer y visitar museos. También disfruta comiendo con una buena copa de vino. Lieke Boer es muy activa, le gusta pasear y montar en bici y viaja en autocaravana. Como es lógico, estas dos personas enfocan sus vacaciones de una manera distinta, plantean demandas diferentes al camping y buscan otro tipo de información turística.

Por lo tanto, el modo de comunicarse de ACSI con estos dos clientes también será muy diferente (7). Así pues, los sitios web de ACSI que consultan se adaptan a lo que

sabemos de ellos. Por ejemplo, mostraremos campings con un perfil más adecuado para senderistas en el caso de Lieke, mientras que a Gerrit le ofreceremos campings con un buen restaurante.

La respuesta y la conducta en línea de los campistas ante las diversas maneras de comunicar y presentar el contenido de las páginas web nos permiten analizar lo que funciona bien y lo que no. Esto genera un proceso de aprendizaje constante. El resultado final es que ACSI es el mejor intermediario entre el camping y el campista.



# 3ª edición del ACSI FreeLife TestTour

## Un tour, dos destinos

Tras el magnífico TestTour realizado en Cataluña en 2018, ACSI emprende de nuevo una colaboración de este tipo. En esta ocasión, dos de los equipos de prueba, los Hiperactivos y los Campistas en familia, ponen rumbo a la región belga de Valonia. Por otra parte, los Amantes de la cultura y los Sibaritas visitarán las ciudades hanseáticas más importantes de los Países Bajos y Alemania.

El número de inscripciones para el ACSI FreeLife TestTour ha pasado de 100 a más de 240. Los campistas se podían presentar a la redacción de la revista ACSI FreeLife por medio de un vídeo y solicitar su incorporación a uno de los cuatro equipos de prueba: los Sibaritas, los Hiperactivos, los Amantes de la cultura y los Campistas en familia.

Durante una velada de selección en la sede principal de ACSI en Andelst, cuatro candidatos de cada categoría tuvieron la ocasión de presentarse en persona. Los cuatro equipos de la foto son los que finalmente superaron el proceso de selección y serán los protagonistas del tour, dividido en esta ocasión en dos viajes.

Mientras lee este periódico, los Hiperactivos y los Campistas en familia ya han estado en Valonia con una flamante caravana remolcada por el Subaru Outback. Nuestro socio, Valonia Bélgica Turismo, les

preparó un espectacular itinerario. Senderismo y rafting en las Ardenas, correr en el circuito de Spa-Francorchamps o pasear por las Grutas de Han. Asimismo, diversos campings de Valonia han participado en esta colaboración. En enero de 2020 publicaremos las espectaculares imágenes y blogs a través de los

distintos canales de ACSI. En este momento, los Amantes de la cultura y los Sibaritas están realizando el TestTour por las ciudades hanseáticas, con dos nuevas autocaravanas. Seguidos de cerca por el equipo de cámaras de ACSI FreeLife. La ruta, repleta de actividades y noches en campings y parcelas para autocaravanas, ha sido preparada por nuestro socio Interreg Deutschland Nederland. Por ejemplo, los Sibaritas están saboreando el mundialmente conocido pastel de Deventer, mientras que los Amantes de la cultura se

sumergen en la impresionante historia de la Liga Hanseática. Un año más, las autocaravanas las ha suministrado nuestro socio Erwin Hymer Group Nederland, que representa a las marcas de caravanas Dethleffs, Eriba, Bürstner y LMC, entre otras. Las experiencias de los Amantes de la cultura y los Sibaritas se publicarán a finales de septiembre.

Asimismo, la revista ACSI FreeLife relatará también las aventuras de todos los equipos de prueba. Naturalmente, también hablará sobre los equipos de acampada e incluso los accesorios, suministrados en colaboración con nuestro socio Isabella. Con todas las publicaciones y vídeos, llegamos a aproximadamente dos millones de campistas. Siga el ACSI FreeLife TestTour a través de [ACSIFreeLife.nl/testtour2019](http://ACSIFreeLife.nl/testtour2019).



Los protagonistas del ACSI FreeLife TestTour 2019.

¿Le interesa conocer las opciones de colaboración en relación con el ACSI FreeLife TestTour? Póngase en contacto con nosotros sin compromiso.

Con «We zijn er bijna! (Casi hemos llegado)» a los Balcanes

## ACSI en televisión

¿Se iría de vacaciones con su caravana o autocaravana, a lugares donde nunca ha estado y con un grupo de personas desconocidas? El programa de la televisión holandesa «We zijn er bijna! (Casi hemos llegado)» muestra lo divertido que puede ser. Por segundo año consecutivo, este éxito televisivo (que congrega de media a un millón y medio de espectadores por episodio) se centra en un viaje de acampada de ACSI.

Con la ayuda de los guías de viaje de ACSI Willem y Petra Kuijs, un grupo de 33 campistas descubre numerosos puntos de interés de Bosnia, Montenegro y Albania. Durante el viaje de cinco semanas, un equipo de cámaras de Omroep Max sigue de cerca a los viajeros en caravana y

autocaravana. De esta forma, los espectadores obtienen una visión única del mundo de los viajes de acampada.

### Imagen positiva

«We zijn er bijna!» muestra todos los aspectos de las vacaciones durante un viaje organizado.

Desde la puesta en marcha de la caravana a las nuevas amistades, pasando por la inmersión en otras culturas y el descubrimiento de una naturaleza maravillosa. El programa es la manera perfecta de presentar a todos los Países Bajos el lado positivo de un viaje de acampada en grupo.

### Excursiones exigentes

Uno de los papeles principales del viaje estaba reservado para la aventura en la naturaleza. Descenso en tirolina en Montenegro, rafting en un río de Bosnia o una exigente excursión de dos días en Theth (Albania): los participantes se lanzaban a la aventura con entusiasmo. El resultado son imágenes espectaculares.

### La experiencia de ACSI

ACSI Kampeerreizen ofrece circuitos organizados en el mercado holandés y alemán. Los campistas que dispongan de una caravana o autocaravana propias

pueden elegir entre una amplia variedad de destinos, tanto dentro como fuera de Europa. Cada viaje es único y cuenta con un programa de excursiones adaptado al grupo objetivo. Y por

supuesto, hay espacio para lo que cada uno quiera. Los guías reciben formación de ACSI y están siempre disponibles durante el viaje para ofrecer asesoramiento y asistencia.



Petra y Willem Kuijs, los guías de ACSI en esta edición de «We zijn er bijna!».



Espectacular: rafting en Bosnia.

## Colofón

### Edición

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

### Dirección

Ramon van Reine

### Redacción principal

Frank Jacobs

### Coordinación/Redacción final

Ed Lodewijks

### Redacción

Timo de Boer, Joyce Broekhuis, Lot Folgering, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Hans Pijnenburg, Katinka Schippers, Vincent Smit, Guido van den Tillaart, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder, Lucia Velthuis

### Venta de publicidad

Departamento de Ventas de ACSI

### Redacción de imágenes

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

### Diseño

Suzanne Bas, Jet Bouwmans, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Maurice van Meteren, Ton Oppers, Rick Reijntjes, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Esther Schoonderbeek, Tina van Welie

### Diseño

Ton Oppers

### Impresión

Rodi Rotatiedruk

### Asistencia a la impresión

Ronnie Witjes



# Media 2020

Your European Media Specialist

## 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 2020, la tirada total de las guías será de 710 500 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 gratuitamente en el sitio de acampadas más visitado de Europa, disponible en 14 idiomas. ¡Los más de 10 000 000 de visitantes de Eurocampings.eu son sus clientes potenciales! ¿Desea más visibilidad? Como anunciante, su mención puede lograr todavía más visibilidad para el campista europeo.



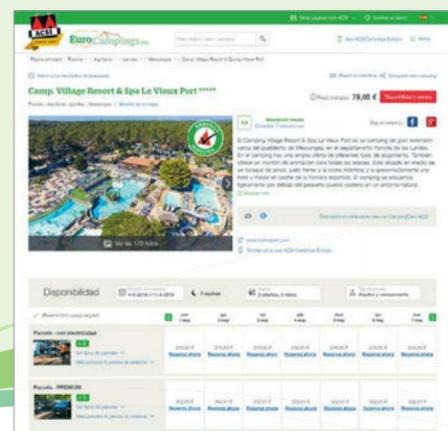
## App ACSI Campings Europa

La extensa información de su camping se publica también de manera gratuita en la app ACSI Campings Europa. Esta app se visita 2 500 000 al año, 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 Booking

Con ACSI Booking puede presentar la oferta de su camping en los sitios y las apps de ACSI. ¿Quiere beneficiarse de este sistema de reservas práctico? Vincular su camping es muy sencillo: usted paga siempre una comisión baja, determina por sí mismo la oferta y el campista paga el precio oficial del camping.



Para ver todas las posibilidades de promoción, consulte:

**www.ACSI-MEDIA.com**