

EDIZIONE AUTUNNO 2019

La Stampa ACSI viene pubblicata dallo specialista dei campeggi più influente d'Europa. In questa nuova edizione troverete informazioni diverse: sicurezza antincendio dei veicoli per andare in campeggio, ruolo del negozio del campeggio, guide ACSI ai campeggi, ACSI Booking, il nuovo Datawarehouse ACSI e il TestTour ACSI FreeLife.

LA BREXIT

Quali sono gli effetti sul turismo in campeggio da e verso il Regno Unito? Le prime cifre disponibili indicano un calo di presenze.

► **Maggiori informazioni a pagina 3**

I DUE LATI DI UN PAESE IMPORTANTE PER IL CAMPEGGIO: LA FRANCIA

L'analista di tendenze Antoinette de Prévoisin ci parla del futuro del campeggio in questo paese popolare tra chi ama questo tipo di vacanze.

► **Maggiori informazioni a pagina 4**

ACSI CAMPSITE PORTAL

Abbiamo dovuto abituarci, certo, ma sia i campeggi che gli ispettori ora sono molto contenti di questo nuovo strumento di lavoro.

► **Maggiori informazioni a pagina 6**

IL WI-FI IN CAMPEGGIO

L'utilizzo continua ad aumentare, quali sono le tendenze e le sfide? Ce ne parlano tre esperti.

► **Maggiori informazioni a pagina 8**

CAMPEGGI DI CITTÀ IN EUROPA

Cresce il numero di gite in città scelte come seconda o terza vacanza. Quattro campeggi a Parigi, Amburgo, Roma e Deventer ci raccontano come si sono organizzati.

► **Maggiori informazioni a pagina 10**

LA MARCIA TRIONFALE DEL CAMPER

In Europa circolano più di 1,9 milioni di camper e la crescita non è ancora finita. Che cosa fanno i campeggi per accogliere i camperisti?

► **Maggiori informazioni a pagina 12**

LA FORZA DELLE PIATTAFORME

Cor Molenaar, docente di eMarketing, ci parla di piattaforme come Booking.com e Airbnb, che offrono ai consumatori comodità e un'ampia scelta di sistemazioni. Che cosa significa questo per il settore del campeggio?

► **Maggiori informazioni a pagina 13**

Risultati sondaggio ACSI

I mezzi per andare in campeggio non sicuri contro gli incendi sono un pericolo

Un campeggio europeo può avere tutto quanto in ordine per quel che riguarda la sicurezza antincendio ed essere conforme a tutte le prescrizioni di legge, ma se gli ospiti arrivano con mezzi non sicuri, il rischio di incendio è forse maggiore di quello che si possa pensare. Purtroppo non tutti i campeggiatori si occupano con accuratezza della sicurezza antincendio del loro mezzo: è quanto ha rilevato un sondaggio condotto da ACSI.

ACSI FreeLife, il magazine di ACSI dedicato al campeggio descrive con precisione quali controlli è opportuno fare prima di mettersi in strada per la nuova stagione con il proprio amato mezzo. La sicurezza antincendio, oltre alla sicurezza sulla strada, è un elemento importante. Per capire se quei controlli vengono fatti realmente, ACSI FreeLife ha condotto un grande sondaggio tra i suoi lettori.

Sottovalutazione

Al sondaggio hanno partecipato 1100 lettori. È risultato che moltissimi di loro sottovalutano il rischio di incendio. Una delle domande del sondaggio era infatti se le batterie del rilevatore di



fumo e quelle del rilevatore di monossido di carbonio venissero controllate. Stupisce il fatto che la maggior parte dei campeggiatori afferma di non possedere nessuno di questi rilevatori. Utilizzando il gas (per cucinare e per scaldarsi)

e l'elettricità (frigorifero e altri elettrodomestici) anche in un camper o in una roulotte esiste il rischio di incendio. Inoltre spesso c'è una sola via di fuga. È quindi importantissimo ridurre al massimo il rischio.

Joop Stam, tecnico esperto di ACSI FreeLife, è rimasto stupito dai risultati del sondaggio. "La possibilità di incendio è maggiore in luoghi in cui si tro-

► **segue a pagina 2**

ACSI Campingführer Europa

la guida più popolare in Germania

In alcuni paesi europei le guide ACSI ai campeggi sono quasi esaurite. La guida ACSI Campingführer Europa, secondo l'influente Buchreport è la guida più venduta in Germania nel 2019.

La Germania è ancora il mercato più importante per ACSI. In questo paese, il mercato degli utenti della CampingCard ACSI, la carta sconti per la bassa stagione, negli scorsi due anni è aumentato del 9%. Anche la ACSI CampingCard & Stellplatzführer per i camperisti cresce moltissimo, addirittura del 26%.

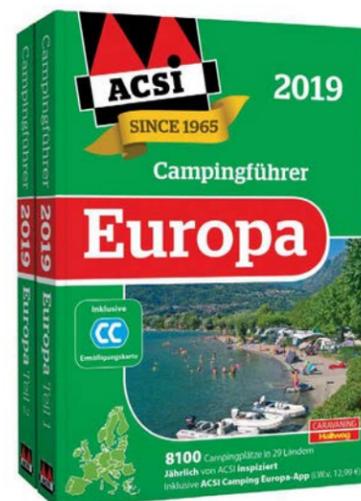
Altri paesi

I Paesi Bassi seguono la Germania e rimangono il secondo mercato più importante per ACSI. Per i camperisti francesi, ACSI ha introdotto nel 2019 la ACSI CampingCard & Aires camping-cars. La vendita di questa nuova guida, contenente tutti i campeggi che accettano la CampingCard ACSI e 9000 piazzole per i camper ispezionate procede così bene che è quasi esaurita. Il numero degli utenti della CampingCard ACSI in Francia nel frattempo è cresciuto del 12%. Anche gli spagnoli hanno scoperto

la CampingCard ACSI come carta sconti per la bassa stagione. La crescita delle vendite della CampingCard ACSI quest'anno è stata del 18%.

Vendite su Amazon

In giugno, ACSI ha iniziato a vendere le sue guide ai campeggi su Amazon in Germania, Francia, Spagna e Inghilterra. In futuro si aggiungeranno altri paesi e altri canali per rendere visibili i prodotti ACSI a un pubblico sempre più ampio.



► segue da pagina 1

vano batterie, caricatori o scatole di fusibili. È quindi vivamente consigliato posizionare un sensore all'interno di quegli ambienti. Il rilevatore di fumo non deve essere appeso troppo vicino o sul fornello a gas. Anche lì esiste il pericolo di incendio, certo, ma un allarme che suona in continuazio-

ne mentre si cucina non è piacevole. Il rilevatore di monossido di carbonio deve essere sistemato a circa mezzo metro da terra.”

Rilevatore di gas

Joop consiglia ai campeggiatori di acquistare anche un rilevatore di gas. “Dev'essere appeso appena sopra il pavimento all'interno, perché il propano è

più pesante dell'aria. Il sensore deve quindi essere sistemato in basso. È importante anche che il porta-frigo o il porta-bombole sia ben ventilato.”

Fortunatamente, la maggior parte dei campeggiatori controllano sempre o spesso prima della partenza, oltre alla scorta di gas (88%), le condizioni del tubo del gas (66%) e il regolatore di pressione dell'impianto (59%). Ma solo il 33% controlla sempre o spesso prima della partenza lo stato del filtro del gas.

IL 50% DEI CAMPEGGIATORI NON HA UN RILEVATORE DI FUMO

Indicazione dei rischi

Anche i campeggi possono naturalmente contribuire a una maggiore sicurezza antincendio indicando agli ospiti quali sono i possibili rischi durante il loro soggiorno. Infatti, se tutti seguono

accuratamente le indicazioni, si riduce il rischio di incendi pericolosi o di vittime e tutte le possibili conseguenze. È anche buona cosa controllare se il campeggio è attrezzato come si deve nel caso in cui scoppi veramente un incendio e qualcuno muoia a causa di un'intossicazione da monossido di carbonio. Esiste un piano contro le calamità e i collaboratori sanno come applicarlo?

IL 61% DEI CAMPEGGIATORI NON HA UN RILEVATORE DI MONOSSIDO DI CARBONIO

Direttive sui dispositivi a gas

L'uso di bombole di gas e di apparecchi a gas in campeggio costituisce naturalmente un rischio potenziale. Il Corpo dei Pompieri olandesi ha preparato le seguenti direttive:

- Ogni anno, far controllare,

IL 66% DEI CAMPEGGIATORI CONTROLLA IL TUBO DEL GAS

pulire e regolare i dispositivi a gas.

- Nel caso in cui l'apparecchiatura a gas venga utilizzata in una tenda, non posizionarla vicino al telo o ad altri materiali infiammabili, come tendaggi o asciugamani.
- Quando si cucina, utilizzare sempre un paraspruzzi.
- Non lasciare mai la bombola del gas nella roulotte o nel camper, ma sistemarla nell'apposito armadietto che abbia i necessari fori di ventilazione.
- È meglio che le bombole del gas siano sostituite all'esterno.
- Chiamare un esperto se non si riesce a collegare la bombola seguendo le istruzioni. Non farlo da soli.
- Gli ambienti in cui vengono utilizzate le apparecchiature a gas devono essere sempre ben ventilati.



Il negozio del campeggio

Vendita in molte forme diverse

Quasi tutti i campeggi vendono qualcosa. In molti casi è la reception il luogo in cui vengono esposti alcuni prodotti. Ma ci sono anche campeggi con supermercato separato che vende generi alimentari e articoli per il camping. Il negozio del campeggio è un “must” o è un servizio? Abbiamo sentito l'opinione di quattro campeggi.

Il **Camping Sunélia Domaine de la Dragonnière** è un grande e lussuoso campeggio (815 piazzole, 702 sistemazioni in affitto) a Vias, nella Francia meridionale. Il **Camping Des Bastides** si trova nella località francese di Salles (dipartimento Lot-et-Garonne) ha un centinaio di piazzole e venti sistemazioni in affitto. Il piccolo **Alevi Camping** è situato in un ambiente naturale nel centro della Svezia e ha solo sessanta piazzole, alcuni bungalow per chi fa trekking e qualche appartamento per le vacanze. Al **Recreatiepark De Boshhoek**, situato a Voorthuizen, nei Paesi Bassi, ci sono circa cento piazzole e un centinaio di sistemazioni in affitto.

Perché avete un negozio?

Laurent Fel - Domaine de Dragonnière: Perché così i nostri clienti non devono per forza uscire dal campeggio per fare piccoli acquisti.

Christian Boulic - Camping Des Bastides: Abbiamo deciso di aprire un negozietto come servizio in più per i nostri ospiti.

Willy Schreiber - Alevi Camping: Per dare un servizio ai

nostri ospiti. Il negozio più vicino è a 15 chilometri di distanza.

Manon Horsting - Recreatiepark De Boshhoek: È un servizio per i nostri ospiti.

Quale assortimento fornite? Ed è cambiato durante gli anni?

Dragonnière: I generi alimentari più comuni, come frutta, verdura, latticini e panini imbottiti. E poi altri prodotti come bevande fresche, acqua, birra, pasta, conserve, biscotti, caramelle, patatine e naturalmente gelati.

Des Bastides: Vendiamo essenzialmente pane, ma anche riso, pasta e verdure in scatola. Anche i prodotti di base per l'igiene. E poi bevande varie, (anche fresche) e prodotti locali (paté). In passato vendevamo anche verdura e frutta fresca, ma la deperibilità di questi prodotti era un problema.

Alevi Camping: Vendiamo panini, caffè, muffin, bevande fresche, patatine, caramelle e gelati. Ma anche cartoline, francobolli e souvenir. E poi prodotti contro zanzare e altri insetti, tra cui prodotti spray e cappellini con zanzariera.

De Boshhoek: Nel nostro negozio



si possono comprare i generi di prima necessità. I panini freschi sono il prodotto più venduto.

Il negozio è redditizio? Oppure l'obiettivo non è il guadagno?

Dragonnière: Siamo più un servizio, ma il negozio è comunque redditizio.

Des Bastides: Offriamo questo servizio ai nostri clienti, ma è un servizio non-profit.

Alevi Camping: È redditizio, ma il guadagno è marginale.

De Boshhoek: È redditizio, ma la nostra priorità è quella di fornire un servizio.

Il negozio è gestito da voi o da esterni?

Dragonnière: Il negozio è in affitto. Ed è logico che sia così, perché il nostro campeggio è

molto grosso.

Des Bastides: Anche il nostro. Prima vendevamo il pane di un fornaio locale, ma a causa di problemi personali ora lo cuociamo noi direttamente.

Alevi Camping e De Boshhoek: Gestiamo il negozio con personale nostro.

Dov'è posizionato il negozio?

Dragonnière: Sulla piazza centrale, accanto al panettiere. Abbiamo infatti anche un vero fornaio e un negozio che vende costumi da bagno, abbigliamento estivo e souvenir.

Des Bastides: Il nostro negozio è accanto alla reception.

Alevi Camping: Il negozio è una parte della reception.

De Boshhoek: Il negozio è collegato alla reception. Abbiamo

anche un negozio online, in modo che i nostri clienti possano ordinare la spesa prima del loro arrivo.

Siete contenti del negozio?

Alevi Camping e Dragonnière: Siamo contenti e stiamo progettando di migliorarlo in futuro.

Des Bastides: Sì, ma quando i nostri ospiti ci dicono che manca loro qualcosa, vediamo se riusciamo ad accontentarli.

De Boshhoek: Abbiamo rinnovato il negozio lo scorso giugno. Siamo molto soddisfatti e lo sono anche i nostri clienti.

Avete suggerimenti da dare agli altri campeggi sull'eventualità di avere un negozio?

Dragonnière: Noi raccomandiamo ai gestori di essere sempre cortesi con i clienti. Per gli ospiti, ogni esperienza in campeggio è importante, quindi anche in negozio tutto deve essere in ordine. Con l'aiuto del nostro sondaggio sulla soddisfazione dei clienti garantiamo la qualità.

Des Bastides: Un piccolo negozio è un servizio che secondo noi gli ospiti si aspettano di trovare in ogni campeggio.

De Boshhoek: Dare agli ospiti un'esperienza positiva, una sensazione di accoglienza. Fare in modo di avere un buon marketing e che gli ospiti siano in grado di trovare il vostro negozio.



Gentile proprietario, gentile direttore,

per la maggior parte di voi, l'alta stagione è ormai alle spalle. Abbiamo di nuovo avuto una primavera e un'estate molto particolari dal punto di vista meteorologico. Nel sud della Francia, in Italia e in Croazia la primavera è stata fresca e piovosa ma alla fine di giugno questi paesi sono stati colpiti da un'ondata di calore con temperature intorno ai 40° C. Le statistiche evidenziano che nel 2018 la temperatura media in Europa è stata tra le 3 più elevate mai misurate. Lo scorso decennio è stato il più caldo di sempre. Ma il tempo è sempre più capriccioso e influenza le prenotazioni dei campeggiatori. Purtroppo sul tempo non abbiamo alcun potere. Possiamo però fornire ai campeggiatori informazioni e comodità sempre maggiori. In questo numero della Stampa ACSI, il professor Cor Molenaar ci parla della forza e dell'utilità delle piattaforme. Insegna alla

Erasmus Universiteit di Rotterdam ed è specializzato nello studio delle applicazioni delle tecnologie dell'informazione al marketing. Un elemento importante delle piattaforme sono i dati sui clienti. ACSI ha un database che comprende quasi un milione di campeggiatori in tutta Europa e a pagina 14 potete leggere come abbiamo deciso di utilizzarlo al meglio. Il mondo cambia alla velocità della luce. In un congresso dell'industria automobilistica ho visto questo slogan: "il futuro non è mai stato così provvisorio". Coglie veramente l'essenza dei tempi in cui viviamo. Dobbiamo muoverci sempre più velocemente insieme al cliente che cambia. Cliente che talvolta chiede sistemazioni di lusso. In questo numero della Stampa ACSI cerchiamo di informarvi al meglio sulla portata di tendenze sempre più dinamiche. Alcuni campeggiatori acquistano per la prima volta un camper.

Come affrontate la situazione? Abbiamo analizzato la situazione da diversi punti di vista. Nelle scorse due edizioni avevamo dato la parola a specialisti olandesi e tedeschi che ci hanno raccontato la loro visione del campeggio del futuro; in questa edizione è la francese Antoinette de Prévoisin che ci illustra questo argomento. Antoinette è molto nota nel settore in Francia e ne ha una concezione molto interessante. Spero che questa edizione della Stampa ACSI sia per voi ricca di ispirazione e che possiate trarne buone idee. Perché il nostro scopo è lo stesso: assicurare al maggior numero di persone la migliore vacanza in campeggio.

Grazie di cuore,

Ramon van Reine
CEO ACSI

Da e per la Gran Bretagna Calo delle vacanze in campeggio a causa della Brexit

I pericoli legati alla Brexit hanno condotto, nel 2019, a un calo, talvolta drastico, del numero di vacanze in campeggio da e verso il Regno Unito. Sia in Inghilterra e Irlanda che in alcune popolari destinazioni europee per le vacanze in campeggio le conseguenze si fanno sentire.

Il turismo in campeggio con destinazione Inghilterra soffre parecchio a causa della minaccia della Brexit. Molti campeggi, tra cui il Robin Hood Caravan Park e il Crows Nest Caravan Park nello Yorkshire riferiscono di una riduzione del numero di ospiti dagli altri paesi europei. Segnalano al contempo un aumento delle presenze di ospiti inglesi. In Irlanda si parla per ora solo di una riduzione leggera, dicono tra gli altri i campeggi Balinacourty House e The Apple Farm, situati a Tipperary, nel sud del paese. Hanno l'impressione che chi ha deciso di non venire sia spaventa-

to dal viaggio di andata e ritorno da e verso l'Inghilterra.

L'insicurezza è un fattore negativo

In alcuni paesi europei meta di tanti turisti inglesi, il numero di campeggiatori provenienti dal Regno Unito si è ridotto talvolta in modo notevole. Nei Paesi Bassi, il Vakantiepark Delftse Hout ha avuto il 30% di ospiti inglesi in meno. Anche il camping Koningshof di Rijnsburg, sempre nei Paesi Bassi, dove circa un quarto degli ospiti era inglese, ha constatato una riduzione, anche se minore, dal

5% al 10%. "L'insicurezza negli inglesi è un fattore molto negativo", afferma Flip Kromhout del Koningshof. "Aspettano a prenotare e spesso alla fine rimangono nel loro paese perché in Europa i campeggi sono già tutti prenotati." Ma Flip non si preoccupa eccessivamente dei futuri sviluppi della Brexit. "I Paesi Bassi rimangono una meravigliosa destinazione per le vacanze, comodamente raggiungibile per molti inglesi."

Francia -18%

Secondo le cifre presentate dall'osservatorio sui campeggi



Sequiasoft, il numero di prenotazioni di ospiti inglesi in Francia negli ultimi quattro mesi si è ridotto del 15-18%. Vi è invece un aumento del numero di prenotazioni di francesi che rimangono nel loro paese, che alla fine di febbraio è aumentato del 16%.

La catena francese di campeggi Huttopia ha comunicato che il numero di campeggiatori inglesi con la CampingCard ACSI si è ridotto.

Sunélia, una catena con molti campeggi in Francia, per far fronte al problema Brexit, ha cercato collaborazione con la catena inglese Best of British (BOB). Promuovono insieme il turismo in campeggio tra l'Inghilterra e la Francia. Sunélia dichiara che il numero di prenotazioni inglesi nei campeggi della catena a metà maggio è raddoppiato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In Spagna, infine, i campeggi Playa Tropicana e Torre La Sal de Costa del Azahar hanno comunicato che rispetto al 2018 non hanno notato nessuna vera differenza nelle prenotazioni degli ospiti provenienti dall'Inghilterra.



Le due facce della Francia come paese per campeggiatori

Con quasi 6000 aziende che possono ufficialmente definirsi campeggi, i campeggiatori in Francia hanno una vasta e variegata scelta. I più numerosi sono i piccoli campeggi sparsi in tutto il paese. I grandi campeggi rappresentano la maggior parte del fatturato totale del settore. Un settore con due volti che negli ultimi vent'anni sono diventati sempre più evidenti.

Al contrario di quanto previsto, le prenotazioni online per le vacanze in campeggio in Francia sono aumentate di quasi il 30% a giugno, rispetto ai tre mesi precedenti. La notizia è arrivata dai fornitori di PMS (software di prenotazione per i gestori di campeggi) e dei sistemi di marketing e prenotazione online per campeggi. Con ciò, la bassa stagione 2019, che inizialmente sembrava molto incerta e in dubbio, è stata chiusa positivamente. Per via del tempo eccezionalmente buono nella seconda metà di giugno, le offerte dell'ultimo minuto hanno avuto molto successo e anche l'interesse dei campeggiatori stranieri è aumentato. Tuttavia, sono gli stessi francesi gli ospiti più visti nei campeggi francesi. In generale, sono principalmente i campeggi a quattro e cinque stelle che beneficiano maggiormente di questi sviluppi.

La popolarità dei piccoli campeggi

I risultati della ricerca sopra menzionati si riferiscono solo ai cam-



In Francia, i più numerosi sono i piccoli campeggi sparsi in tutto il paese.

peggi con sistemi di prenotazione online e PMS. Questo gruppo comprende sia campeggi piccoli che grandi da una a cinque stelle, ma il gruppo più folto è rappresentato da grandi campeggi con tre, quattro o cinque stelle. Oltre la metà (56%) dei quasi 6.000 campeggi ufficiali in Francia sono costituiti da piccoli campeggi con meno di 50 piazzole. Oltre questi, vi sono anche circa 2.000 campeggi non ufficiali.

Gli sviluppi economici degli ultimi vent'anni nel settore del campeggio stanno creando una divisione sempre più grande nel mercato. Da un lato vi sono

i piccoli campeggi. Parte di questi però chiudono perché non riescono a soddisfare le crescenti aspettative dei consumatori e non possono nemmeno investire in strutture per attirare nuovi clienti. Dall'altra parte, ci sono i campeggi più grandi con almeno 150 posti, che vengono gradualmente acquisiti da catene.

Partenariati e catene

I piccoli campeggi indipendenti hanno iniziato a investire negli anni in nuove strutture e si sono sempre più professionalizzati e modernizzati. Già a partire dall'inizio degli anni '60, la prima ondata di partenariati ha avuto

inizio: proprietari di campeggi indipendenti con gli stessi valori si sono uniti e hanno unito le forze per le attività di marketing e comunicazione. Ed è così che sono nate nuove partnership. All'epoca, solo l'8% dei campeggi francesi ha aderito a iniziative simili. All'inizio del 21° secolo, dopo l'enorme successo dei campeggi, ottenuto grazie al loro approccio vigoroso e creativo, sono arrivati i grandi investitori. Queste compagnie, spesso provenienti da altri rami del settore turistico, come le catene alberghiere, miravano a offrire una vasta gamma di destinazioni nelle località più popolari della Francia. Per questo hanno puntato a campeggi più grandi, in location strategiche, con un alto numero di strutture e li hanno acquistati. Spesso si trattava di campeggi che avevano partecipato e beneficiato della dinamica dei partenariati.

Gara per i posti più belli

Al momento c'è una gara in corso in cui i campeggi facenti parte dei

partenariati di campeggi indipendenti, fanno di tutto per essere acquistati da catene. Le brochure di questi partenariati diventano sempre più sfolte, mentre quelle delle catene diventano sempre più spesse. Non c'è una settimana senza un campeggio indipendente che viene acquistato da una qualche catena. La cosa più importante in questo caso è la qualità effettiva delle strutture. E a questo proposito naturalmente sono i campeggiatori ad avere l'ultima parola.

Ci sono ancora campeggi che celebrano il loro trentesimo, quarantesimo o addirittura cinquantesimo anniversario e che sono ancora gestiti dalla stessa famiglia. Queste aziende sono oggi il prestatore della resistenza all'interno del settore. Sono localizzate in posizioni particolarmente attraenti e nei decenni si sono modernizzate per soddisfare tutte le aspettative dei campeggiatori. Questi campeggi con location tanto favorevoli non sono mai stati così popolari...



I grandi campeggi rappresentano la maggior parte del fatturato totale del settore.



Antoinette de Prévoisin

In qualità di osservatore di tendenze e caporedattore di Décisions HPA, una rivista francese per proprietari di campeggi, Antoinette de Prévoisin tiene d'occhio gli sviluppi nel settore del campeggio.

Arrivare a 400

Alla ricerca di 100 nuovi ispettori

Ogni anno, ACSI visita e controlla più di 10.000 campeggi. In questo modo, le informazioni sulle guide ACSI, nelle app e sui siti Internet possono essere sempre attuali e affidabili. Per poter continuare a visitare ogni anno tutti i campeggi ed essere sempre più attenti, ACSI è alla ricerca di cento nuovi ispettori.

Attualmente, il numero di ispettori oscilla intorno a trecento. Tramite una campagna di reclutamento, ACSI intende fare in modo che nel 2020 questo numero arrivi a quattrocento. È uguale alla quantità di zone da controllare; ogni ispettore potrà quindi concentrarsi solo su un territorio.

Il lavoro

ACSI intende assumere in modo attivo ed aumentare anche le conoscenze digitali dei suoi ispettori. Il futuro infatti è lì. In generale, un gruppo un po' più giovane ha maggiore affinità con questo aspetto. La campagna sarà quindi visibile laddove questo gruppo è più presente, cioè onli-

ne. Sui siti Internet di ACSI, ma anche su Facebook e YouTube, per esempio.

Il volto di ACSI

In occasione di speciali incontri illustrativi che si terranno in novembre, ACSI informerà i candidati ispettori e verrà fatta la selezione definitiva. In seguito, i nuovi ispettori saranno formati da ACSI nel corso di apposite giornate in marzo e durante i giorni di training in aprile. Poi, saranno pronti per mettersi all'opera.

Una buona formazione è importante, perché l'ispettore svolge un compito importante in ACSI. Non è solo un ospite critico attento alla qualità e all'atmosfera, ma

per molti proprietari di camping, l'ispettore è anche "il volto di ACSI".

Profilo dell'ispettore

Per queste ragioni i nostri ispettori devono rispondere a una serie di requisiti, tra cui quello di sapere utilizzare gli strumenti digitali riveste un ruolo sempre più importante. Ma naturalmente l'ispettore o l'ispettrice sono anche campeggiatori entusiasti in possesso di un proprio mezzo per andare in campeggio e disponibili a viaggiare per alcune settimane consecutive tra maggio e agosto. Inoltre, l'ispettore sa relazionarsi con le persone e ha uno spiccato talento commerciale.

Una serie di caratteristiche ampia, quindi, ma grazie alle quali ACSI può continuare anche in futuro a controllare tutti i campeggi e indirizzare ogni anno molti campeggiatori preparati.



Il successo della Slovenia

Negli scorsi anni la Slovenia è diventata una destinazione sempre più apprezzata. Un numero sempre maggiore di turisti visita questa perla incontaminata. Questo paese è quindi diventato il primo per crescita del numero di pernottamenti in Europa. Ma quali sono le ragioni che stanno dietro a questo successo?

La diversità in Slovenia

È la cordialità delle persone o sono i prezzi relativamente bassi di una birra fresca e di un buon pranzo? O ci sono altre ragioni che attirano in campeggiatori in massa in Slovenia? Secondo Saša Verovšek dell'Ufficio sloveno del turismo è chiaro: "Sia che tu vada

in campeggio con il tuo mezzo, sia che tu scelga una sistemazione glamping, soggiorni sempre vicino a bellezze naturali e culturali, con panorami bellissimi. Il paesaggio sloveno è molto vario; ci sono alte cime montuose, grotte bellissime, il mare Adriatico e verdi colline".

Il cambiamento è vicino

Lidjia Koren, proprietaria del Kamp Koren a Kobarid, conferma la seduzione delle bellezze naturali. Dice inoltre che i turisti sono sempre più alla ricerca di destinazioni in cui trascorrere vacanze attive. La Slovenia offre tante possibilità di praticare

attività sportive. Pensiamo al trekking, al rafting, alla bicicletta o al parapendio. "Anche i cambiamenti climatici hanno un ruolo", afferma Lidjia. "Le temperature sono sempre più alte ogni anno che passa. E quindi è bello venire in campeggio qui anche all'inizio della primavera o in autunno."

Una crescita "improvvisa"

Perché il paese è diventato così allettante negli ultimi anni? Dal 2011, l'Ufficio sloveno del turi-

simo ha sviluppato un programma seguendo una nuova strategia di marketing. Con questo programma intende migliorare la qualità dei servizi turistici della Slovenia. Si è quindi focalizzato sullo sviluppo di prodotti innovativi, rivolti all'aumento del fatturato proveniente dal turismo. Uno dei fattori chiave del programma è lo sviluppo di un tipo di turismo sostenibile. (fonte: <http://www.ukom.gov.si>)

Grazie a questa strategia, molti campeggi hanno migliorato e aumentato i servizi, cosa che i campeggiatori apprezzano. Parliamo per esempio di parchi gioco, programmi di animazione, piscine per i bambini e centri benessere. E poi i campeggi organizzano escursioni e gite per andare alla scoperta della Slovenia autentica, senza trascurare mai la sostenibilità. Nel 2016, la Slovenia è stato il primo paese al mondo ad essere insignito del titolo di "Green Destination". (fonte: www.stat.si)



Il Zomerriviera di Terme Čatež, un popolare campeggio di lusso nel sud della Slovenia.

Numero di pernottamenti di turisti stranieri nei campeggi della Slovenia:

2014	1.218.949
2015	1.344.658
2016	1.396.801
2017	1.689.050
2018	1.934.060

Nuova modalità di lavoro per campeggi e ispettori

I portali ACSI: bisogna abituarsi,

Sono circa diecimila i campeggi europei che vengono ispezionati ogni anno da ACSI e circa duecento i servizi e le strutture messe sotto la lente d'ingrandimento. Un compito difficile, che viene assicurato da trecento ispettori. Da quest'anno tutto il team che si occupa di ispezioni ha adottato un sistema completamente nuovo. I risultati dell'ispezione e i contratti sulle inserzioni pubblicitarie e sulla promozione online del campeggio vengono ora inseriti in due sistemi online collegati tra di loro: l'ACSI Inspector Portal e l'ACSI Campsite Portal.

Per essere onesti, alcuni campeggi e alcuni ispettori hanno avuto qualche difficoltà, ma alla fine i due portali rendono più semplice la vita di entrambe le parti. La

“CHI LEGGE BENE, NE VIENE CERTAMENTE A CAPO”

possibilità di errori nelle guide, nelle inserzioni pubblicitarie e nella promozione online si riduce, le pratiche amministrative sono più semplici e gli stessi campeggi hanno un maggiore controllo sui materiali che ACSI utilizza per presentarli.

Maggiore controllo

Quest'anno per la prima volta le conferme dei contratti vengono inviate in maniera digitale. Questo significa la fine di contratti cartacei con firme illeggibili e altri elementi di confusione. Sono inoltre i campeggi stessi che ora stabiliscono quali fotografie, video e loghi vengono utilizzati da ACSI per la promozione. Accedendo all'ACSI Campsite Portal, è facile caricare da soli il proprio materiale. In questo



I nuovi portali rendono un po' più facile la vita sia ai campeggi che agli ispettori.

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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	Validation by Inspector: <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected

© 2019 by ACSI Campsite Portal (v.1.3.95)

ma sono molto pratici

modo, il campeggio è sempre opportunamente al corrente di tutto.

Insieme all'ispettore

I campeggi che hanno lavorato con il nuovo portale in generale sono entusiasti. Dopo il primo

“SONO IO CHE HO IL CONTROLLO, ADESSO”

approccio, la maggior parte di loro ha compreso i vantaggi di questi portali. Così ci dice Lars Norgaard, proprietario del Løkker Strand Camping nel nord dello Jutland (Danimarca): “Sono riuscito a trovare la mia strada nell'ACSI Campsite Portal.” Il danese è quindi soddisfatto di aver potuto inserire nel portale i suoi desideri promozionali insieme all'ispettore. “L'ispettore mi ha lasciato tutto il tempo necessario e il risultato è stato ottimo”, dice Norgaard. Pensa che uno dei vantaggi maggiori sia che i contratti sono descritti chiaramente e quindi facilmente rintracciabili in un secondo momento.

Quando gli è stato chiesto se, onestamente, avrebbe preferito tornare al tempo della carta ha detto: “Ma dai, sono cose d'altri tempi, ormai. Adesso tutto è digitale. Che ci piaccia o no. È ovvio che c'è sempre la possibilità che il computer si rompa, ma a parte questo il digitale ha molti vantaggi.”

Passaggi chiari e comprensibili

Anche il giudizio di Angelique Joosten, marketing manager del Recreatiepark De Leistert a Roggel, nella provincia olandese del Limburgo, è positivo. Anche lei la prima volta ha visto l'ACSI Campsite Portal con l'ispettore. “Bisogna seguire alcuni passaggi che si susseguono in modo logico. Se si legge bene senza fretta, se ne viene certamente a capo.” Il Recreatiepark De Leistert ogni anno utilizza nuovo materiale promozionale. Joosten pensa che sia bello soprattutto il fatto che non sia più necessario spedire ad ACSI e sperare che arrivi tutto in ordine. “Ora sono io che ho il controllo. Apro il portale e carico il materiale per il mio campeggio. Mi dà una sensazione di sicurezza. Inoltre come campeggio hai tutti i dati riuniti. Posso finalmente liberarmi di tutti quegli armadi pieni di scartoffie, relazioni e contratti”, dice ridendo.

Qualche consiglio per i campeggi che non pensano sia semplice

lavorare con il portale? “Chiedere aiuto a qualcuno. I giovani sanno tutto sui computer e si muovono molto facilmente nel mondo digitale. Un figlio o una figlia, qualcuno della reception o del team degli animatori; con un piccolo aiuto delle giovani generazioni anche i proprietari più allergici al computer ce la faranno”

Nuove possibilità

Anche dopo le ispezioni di quest'estate ACSI continua comunque a sviluppare i suoi portali per poter essere sempre più al servizio dei campeggi. C'è sempre qualcosa di nuovo da scoprire. A partire dalla fine di quest'anno sarà possibile definire gli accordi per la promozione extra sui vari siti e nelle app di ACSI tramite il Campsite Portal. Inserendo un link diretto al proprio sito Internet, il campeggio potrà attrarre più visitatori. Il campeggio esce infatti più in alto nei risultati di ricerca di Eurocampings.eu e nella app ACSI Campeggi Europa. Partecipando alla CampingCard ACSI, il link viene posizionato anche sul sito CampingCard.com e nella app CampingCard ACSI. Se il campeggio è sul sito ACSI Great Little Campsites (www.campeggipiccoli.it per l'italiano), il link viene inserito anche nella app ACSI Great Little Campsites.

Solo se un cliente clicca realmente sul link diretto al sito del campeggio vi sono dei costi. È possibile acquistare alcuni “click”. Quando i “click” finiscono, il link non è più visibile. È ovviamente possibile acquistare dei “click” extra. Nell'ACSI Campsite Portal è possibile vedere quanto spesso un link viene cliccato. Inoltre, sempre su questo portale, si vede quanti “click” sono stati acquistati e quanti sono ancora disponibili.

“TUTTI I CONTRATTI SEMPRE A PORTATA DI MANO”

È possibile anche impostare una pagina specifica o una lingua diversa in cui leggere il sito Internet del campeggio.

Tutto a portata di mano

Insomma: con i portali tutti i contratti e le conferme di incarico sono sempre a portata di mano. Inoltre, utilizzando i portali, ACSI spera di ridurre al minimo gli errori. Cosa positiva sia per il campeggio che per i suoi ospiti.

Com'è andata fino ad ora?

Anche quest'estate i trecento ispettori ACSI hanno visitato circa diecimila campeggi. Nel corso della visita, hanno parlato anche delle possibilità esistenti per le inserzioni pubblicitarie e la promozione online, per attirare sempre più ospiti nel loro campeggio. Per la prima volta, questi contratti sono stati elaborati all'interno dei due nuovi sistemi, l'ACSI Inspector Portal e l'ACSI Campsite Portal.

L'uso di questi portali assicura il miglioramento della qualità dei dati. Anche l'elaborazione delle informazioni raccolte durante l'ispezione è meno soggetta a errori. I portali poi segnano la fine delle conferme di incarico redatte su carta.

Ora il campeggio riceve la proposta pubblicitaria in modo digitale.



La persona incaricata dal campeggio conferma l'incarico tramite il codice di verifica che riceve sul suo telefono cellulare.

I contratti firmati sono reperibili anche online tramite l'ACSI Campsite Portal. Nel caso in cui tali contratti necessitino di modifiche, il campeggio può cambiare l'incarico per la promozione in un secondo momento da solo (o in accordo con ACSI), sempre sul portale. Questa operazione è possibile solo entro la scadenza prevista dalla

conferma del contratto stesso. In questo modo si evitano situazioni di confusione che nascono dal fatto che vi sia più di un contratto in circolazione.

I campeggi che decidono di fare pubblicità e promozione online forniscono direttamente le foto, i loghi e i video che intendono utilizzare. Lo fanno caricando sull'ACSI Campsite Portal i loro file. Saranno così sicuri che ACSI utilizzerà sempre il materiale promozionale giusto e più recente.



Recreatiepark De Leistert: “Caricare da soli il proprio materiale dà una sensazione di sicurezza”

Il wi-fi in campeggio

Sfide e tendenze

Il wi-fi in campeggio è uno strumento importante per molti campeggiatori. E una sfida per i gestori. Gli sviluppi nel campo del wi-fi non si fermano. Abbiamo intervistato tre esperti dell'argomento: Edwin Oskam lavora per l'azienda olandese Komma Go, che ha molta esperienza nella realizzazione di reti wi-fi nei campeggi. Gli ispettori ACSI Carel e Karin Iking sono campeggiatori esperti e controllano da 37 anni i campeggi nei Paesi Bassi, in Croazia e in Slovenia. Vivien Lamotte è direttore del campeggio francese Campéole Plage des Tonnelles - Dornier.

Domanda crescente

“Quando parliamo con i campeggiatori notiamo che i servizi igienici e il wi-fi sono gli argomenti più importanti”, ci dicono gli ispettori Carel e Karin Iking. Secondo Edwin Oskam di Komma Go, gli ospiti dei campeggi viaggiano sempre di più con i loro dispositivi mobili. “Non solo smartphone, ma anche tablet e PC portatili”. E contano di avere una buona connessione. Al contempo, i ricevitori wi-fi di questi dispositivi sono meno potenti di qualche anno fa.” Per i proprietari dei campeggi, essere in grado di soddisfare tutte le esigenze è una sfida importante. Spesso le vecchie reti non bastano più. Questa è l'esperienza anche di Vivien Lamotte del camping Campéole Plage des Tonnelles - Dornier. “La nostra vecchia rete del 2010 non era più efficiente e copriva solo la metà del campeggio. Per questo nel 2018 e quest'anno abbiamo investito molto. Adesso abbiamo la copertura su tutto il campeggio.”

A pagamento o compreso nel prezzo?

I gestori devono far pagare il wi-fi oppure no? I punti di vista



sono diversi. Lamotte afferma che l'investimento è così elevato che deve per forza far pagare qualcosa. “Non offriamo il wi-fi per guadagnarci, ma per andare

“ABBIAMO DOVUTO POTARE GLI ALBERI PER AVERE UN SEGNALE FORTE”

incontro alla grande richiesta dei clienti.” La coppia di ispettori Iking ha avuto reazioni diverse da parte dei clienti. “Ci sentiamo sempre dire dai clienti che sono

disposti a pagare qualcosa di più per il pernottamento se il wi-fi è compreso. Ma deve funzionare bene. Dà fastidio avere a disposizione un sistema con un codice di login a pagamento che non funziona bene o se il campeggio è già di per sé caro e gli ospiti devono pagare anche il wi-fi.”

Oskam segnala che la disponibilità a pagare un extra per il wi-fi si riduce. “Un sistema con un codice per il login a pagamento cui a volte è fissato un massimo per l'utilizzo dei dati al giorno è sempre meno apprezzato.” Ci fornisce però un'alternativa. “Sempre più campeggi uniscono il wi-fi ai social media. Chiedono per esempio un like su Facebook in cambio dell'accesso. In questo modo gli ospiti generano pubblicità extra.” Oskam

consiglia anche di chiedere prima agli ospiti se desiderano il wi-fi. “Alcuni campeggiatori non vogliono Internet di proposito quando sono in vacanza. È possibile pensare anche a zone del campeggio senza accesso wi-fi.”

Alberi e montagne sono una sfida

I campeggi spesso sono in mezzo alla natura e questo non facilita l'ottenimento di un ottimo segnale wi-fi ovunque. “In Istria ci sono molte zone rocciose e diversità di altezze e si utilizza anche molto la fibra ottica”, ci dicono gli ispettori Carel e Karin Iking. Il campeggio di Lamotte si estende su 26 ettari e ci sono molti alberi. È stato necessario adottare un approccio intelligente. “Abbiamo bisogno di circa cinquanta punti di accesso e di un bypass con un cavo in fibra ottica di quattrocento metri. Abbiamo avuto bisogno anche di un giardiniere specializzato per evitare che il fogliame rendesse troppo debole il segnale. Tutti i punti di accesso naturalmente utilizzano l'elettricità, che deve arrivare anche dalle connessioni esistenti. È stato un progetto complesso. Ma adesso ogni piazzola ha il wi-fi.” Anche Oskam dice che la cosa importante è studiare tutto il terreno occupato dal campeggio. Quando riceve un nuovo incarico, guarda subito la pianta del campeggio. Ma è possibile anche andare a prendere le misure direttamente sul posto.

4G

“Non sempre è possibile avere un buon segnale Internet e questo è fastidioso per i campeggi”, afferma Oskam. “Fortunatamente aumenta la copertura 4G. Ciò può costituire spesso la base per la rete wi-fi. Certamente per i

“SE UNISCI L'ACCESSO AL WI-FI CON I SOCIAL MEDIA, FAI PUBBLICITÀ EXTRA”

campeggi di piccole dimensioni questa può essere una buona soluzione.” La coppia di ispettori Iking segnala che nei Paesi Bassi molti campeggiatori hanno un abbonamento vantaggioso per il telefono. Non devono quindi per forza utilizzare il wi-fi del campeggio. “Gli ospiti più giovani, che per esempio stanno spesso su YouTube, ovviamente desiderano un buon wi-fi.” Tuttavia non tutti i proprietari di campeggi hanno una buona copertura 4G. Nel campeggio di Lamotte, per esempio, i segnali 3G e 4G non sono buoni. L'aspettativa di Oskam è che le cose pian piano migliorino e che i campeggi abbiano sempre più possibilità di disporre di buone reti wi-fi.



I campeggi di città sono



Pernottare in un campeggio in città è un'alternativa economica per godersi in maniera ottimale un viaggio in città.

Da anni, il numero di viaggi verso le città è in crescita. Le persone vogliono andare in vacanza più spesso e per una seconda o terza vacanza la scelta spesso ricade su un viaggio in città. Come rispondono i campeggi cittadini a questo trend?

La popolarità dell'esplorare le grandi città, in genere con brevi viaggi di circa uno o tre giorni, è in costante aumento. La relazione di ITB World Travel Trends 2018/2019 mostra anche che i viaggi internazionali verso le città sono il segmento in crescita più rapida crescita all'interno

del mercato turistico. Questo sviluppo è in corso già da un bel po', infatti tra il 2007 e il 2017 questo segmento è cresciuto di quattro volte rispetto al totale del mercato delle vacanze. Nel 2014, solo in Europa sono stati prenotati 70 milioni di viaggi verso le città. Sebbene la crescita di questa tipologia di viaggio fosse più lenta negli anni precedenti, è evidente già prima del 2019 che la crescita fosse dell'8%. L'Europa è il continente più popolare e accoglie il 60% di tutti i viaggi internazionali verso le città. Il 70% dei turisti raggiunge la città di destinazione in aereo. Il 70%

soggiorno in hotel, ma la crescita è in aumento per altri altri tipi di alloggio.

Alternativa economica

Pernottare in un campeggio in città è un'alternativa economica per godersi in modo ottimale il viaggio nella stessa. I campeggi in città si trovano di solito appena fuori dal centro, ma sempre entro una distanza accettabile dalla vivace vita. Naturalmente ci sono anche campeggi appena fuori città. In molti casi, il campeggio offre un servizio navetta oppure è possibile raggiungere rapidamente il centro con i mezzi pubblici.

Così, nel parco più grande di Parigi, il Bois de Boulogne, si trova il Camping De Paris. "Più economico di un hotel, altrettanto confortevole e immerso nella natura!", è lo slogan con cui si presenta il campeggio. Una navetta porta gli ospiti dal campeggio verso la metropolitana in pochi minuti. Altri esempi di questo tipo di campeggio in città sono Stover Strand ad Amburgo, Camping Roma Flash vicino Roma e Stadscamping Deventer nei Paesi Bassi.

Campeggio Stover Strand
Non lontano da Amburgo,

proprio sull'Elba, troverete il campeggio a cinque stelle Stover Strand. Nonostante la vicinanza alla città popolata da milioni, il sito si trova in un'area straordinariamente verde e rurale. Nel 2018, Amburgo ha registrato un totale di 14,5 milioni di pernottamenti turistici, un aumento dell'88% negli ultimi dieci anni. Il proprietario del campeggio, Norbert Kloodt dice: "Stover Strand beneficia di questo sviluppo ed è un punto di partenza ideale per i visitatori di Amburgo che viaggiano in roulotte, tenda o camper."

Stover Strand non è un sito urbano nel senso classico della parola. Kloodt aggiunge: "Siamo un campeggio naturale ai margini della città. Con la differenza che riceviamo ospiti da oltre 35 paesi perché Amburgo attira molti turisti internazionali. La maggior parte degli ospiti mette insieme il relax nel paesaggio fluviale dell'Elba con una visita, spesso di più giorni, alla città anseatica. Abbiamo quindi una vasta offerta di servizi per soddisfare questa domanda. Vendiamo la HamburgCard, un abbonamento per i mezzi pubblici dentro Amburgo e dintorni e offriamo ai nostri ospiti una mappa gratuita della città. L'autobus parte direttamente dal campeggio. Nei fine settimana e giorni festivi,



Stover Strand è un campeggio naturale tedesco nella periferia di Amburgo.

un'alternativa attraente per i turisti

completiamo il trasporto pubblico con il nostro servizio di navetta. E i nostri ospiti possono prenotare tour ed escursioni direttamente con noi. Offriamo anche una gita in barca sull'Elba almeno una volta alla settimana."

Stover Strand collabora con gli uffici del turismo di Amburgo e Flusslandschaft Elbe. "Questo ci consente di offrire ai nostri ospiti informazioni multilingue su Amburgo, nonché sulla natura e la cultura della regione dell'Elba", racconta Kloodt. "I nostri ospiti provenienti dalla Germania, Europa e altri paesi lontani godono dell'offerta culturale della metropoli di Amburgo con i musical, il porto e le opportunità di shopping. Al contrario, abbiamo anche molti ospiti di Amburgo che vengono a Stover Strand per alcuni giorni di vacanza o un weekend di relax con la roulotte o il camper."

Camping Roma Flash

Roma è un vero museo a cielo aperto e secondo molti è la città più bella d'Italia e forse di tutta l'Europa. Dal Camping Roma Flash puoi raggiungere il centro storico in un'ora con i mezzi pubblici. Al contrario, lasci altrettanto velocemente il famoso Colosseo, il Foro Romano, Piazza di Spagna, la Fontana di Trevi, il Vaticano, il Castello degli Angeli e l'Altare della Patria. Ed è proprio questo il punto di forza di Roma Flash, secondo la proprietaria Elide Giovannini. "Le persone che hanno visitato per tre o quattro giorni la metropoli, sono felici di lasciarsi alle spalle la folla e rilassarsi sul lago." Roma Flash è posizionato direttamente sulle rive del lago di Bracciano che è tra i più belli d'Italia. I campeggiatori non distano mai più di 150 metri dall'acqua. Roma Flash esiste da 30 anni e Giovannini vede crescere il numero di visitatori di anno in anno. Ma ciò non ha specificamente a che fare con la popolarità di Roma. "I nostri ospiti non vengono solo per un viaggio nella Capitale. Vengono qui per le ferie, tra cui naturalmente rientra anche una visita a Roma." Con un abbonamento giornaliero a



Momento di riposo dopo un giro per Roma sulla terrazza del Camping Roma Flash, sul lago di Bracciano.

prezzi vantaggiosi per i trasporti pubblici è possibile viaggiare avanti e indietro dal campeggio in modo economico e rapido. Se c'è abbastanza interesse, vengono organizzate anche escursioni alla "Città Eterna". Oltre a questa grande attrazione, ci sono anche altri siti archeologici da visitare nelle immediate vicinanze e attività da fare come trekking e ciclismo.

Stadscamping Deventer

Deventer è una delle città più antiche dei Paesi Bassi. La posizione sul fiume IJssel ha permesso alla città di crescere fino a diventare un importante centro di attività commerciale. In quanto membro di spicco del sindacato medievale della lega anseatica, la città ha visto i suoi "anni d'oro" nei secoli 14° e 15°, con mercanti provenienti da tutta Europa. La particolarità di Deventer è che gran parte della sua ricca storia è stata preservata. Poche città nei Paesi Bassi possono mostrare tanti monumenti quanti ve ne sono a Deventer.

Stadscamping Deventer è un campeggio verde, di piccola scala, sulle rive dell'IJssel. La posizione è unica, infatti il sito offre una vista diretta sull'antica città anseatica. E il traghetto accanto al campeggio porta direttamente al centro storico, attraversando l'IJssel. Jan Lugtmeijer, proprietario del campeggio, racconta: "Il campeggio esiste da trent'anni e inizialmente si concentrava solamente sui visitatori che venivano per la natura. Dieci anni fa abbiamo iniziato a concentrarci maggiormente sulla città e questo ha comportato un aumento del numero di turisti. È vero che le persone rimangono qui per un periodo relativamente breve, di solito due o tre giorni.

Quindi il lavoro d'amministrazione è relativamente tanto rispetto a un campeggio dove le i campeggiatori soggiornano per due o tre settimane. Se ci sono eventi o festival in città, provo a organizzare spettacoli e presentazioni, come ad esempio una degustazione di sidro. In questo modo provo a riportare l'atmosfera dell'evento in città, al campeggio. Lo faccio spesso in collaborazione con imprenditori della città."

Poiché il campeggio si trova nel mezzo della città, attira anche visitatori non desiderati: persone che vogliono usare docce e servizi igienici e che parcheggiano con la propria auto sul terreno. Secondo Lugtmeijer,

questi visitatori, che non sono ospiti del campeggio, richiedono un'attenzione sproporzionata. "A volte ho un centinaio di persone all'ora che vogliono andare in bagno. La capacità della toilette non è fatta per questo tipo di utilizzo. Se si fa presente alle persone che non è consentito loro di usare la toilette da campeggio (c'è una toilette speciale per i visitatori), allora si lamentano dell'accoglienza inospitale e ti ritrovi con una recensione negativa su Internet. Non voglio lavorare con recinzioni, tessere, chiavi o troppe regole. I miei ospiti apprezzano questa sensazione di libertà. Ma supervisionare attivamente significa più lavoro per i miei dipendenti."



Il bus navetta del Camping de Paris vi porterà in pochissimo tempo alla metropolitana di Parigi.



Lo Stadscamping Deventer è magnificamente situato sul fiume IJssel.

Come reagisce il settore del camper?

Il camper continua la sua marcia trionfale

Sono ormai parecchi anni che sulle strade europee viaggiano sempre più camper. Sulla stampa, ma anche nel settore del campeggio, questo argomento attira l'attenzione. Che cosa indicano le cifre del lento ma continuo spostamento dalla roulotte al camper e come reagiscono i campeggi?

Secondo le ultime cifre disponibili fornite dalla European Caravan Foundation, nel 2017 c'erano in Europa quasi 1,9 milioni di camper. La Germania (486.900) e la Francia (457.000) sono chiaramente in testa, seguite dall'Italia (220.600) e dal Regno Unito (205.000). Il numero di camper registrati è quindi quasi la metà di quello delle roulotte (3.362.950).

Le cifre relative alle vendite degli ultimi dieci anni mostrano che è in corso un evidente cambiamento. Nel 2009 erano stati venduti circa 67.000 camper, cifra che è passata a 125.000 nel 2018. Un aumento addirittura dell'86%. È soprattutto dal 2016 che le vendite sono esplose. Le

vendite di roulotte fanno intravedere un altro scenario. A partire dal 2009, si sono ridotte del 12% circa.

Grandi differenze da paese a paese

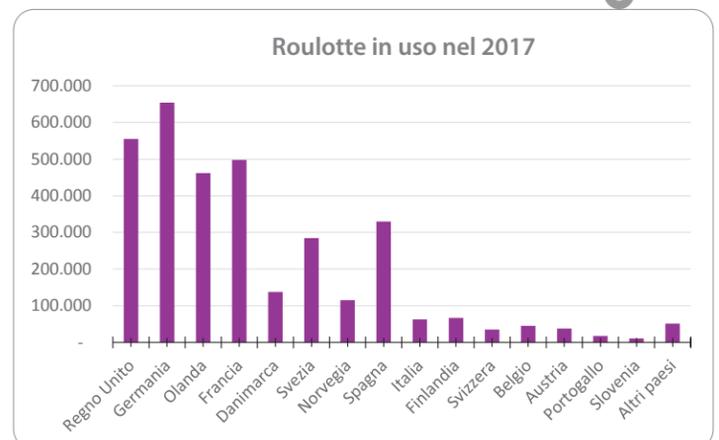
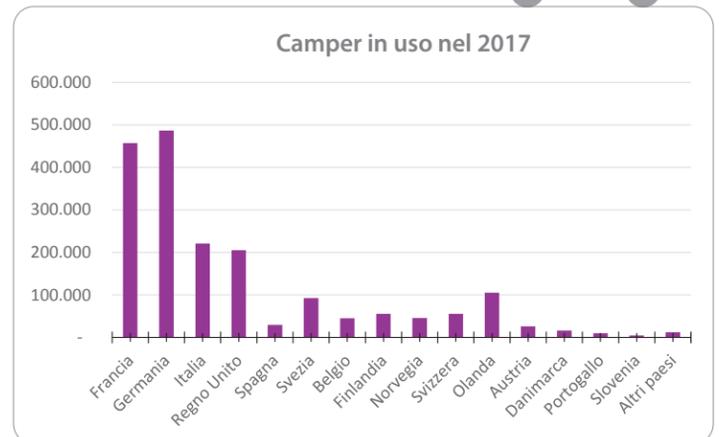
Possiamo quindi concludere che il numero di roulotte è sempre superiore a quello dei camper, ma che quest'ultimo sta facendo una marcia trionfale. Come reagiscono i proprietari di campeggi a questa situazione? Innanzi tutto è importante constatare che ci sono differenze notevoli da paese a paese.

Tra i campeggiatori inglesi, per esempio, il rapporto roulotte/camper è di 2,7 a 1. Nel Regno Unito le vendite di camper sono

aumentate dell'84% negli ultimi dieci anni. Ma ci sono comunque ancora in giro circa mezzo milione di roulotte.

Aumento delle vendite di roulotte in Germania

In Germania e in Francia il rapporto tra il numero di roulotte e il numero di camper in utilizzo è quasi di 50 a 50 e la roulotte gode ancora di un piccolo margine di vantaggio. In entrambi i paesi aumentano le vendite di camper, ma se in Francia vi è una riduzione del numero di roulotte vendute dal 2009, in Germania il numero di roulotte vendute è cresciuto addirittura del 46%. I Paesi Bassi sono per tradizione una nazione di roulotte. Il rap-



Campings met camperplaatsen

Bekijk de RCN campings met camper mogelijkheden

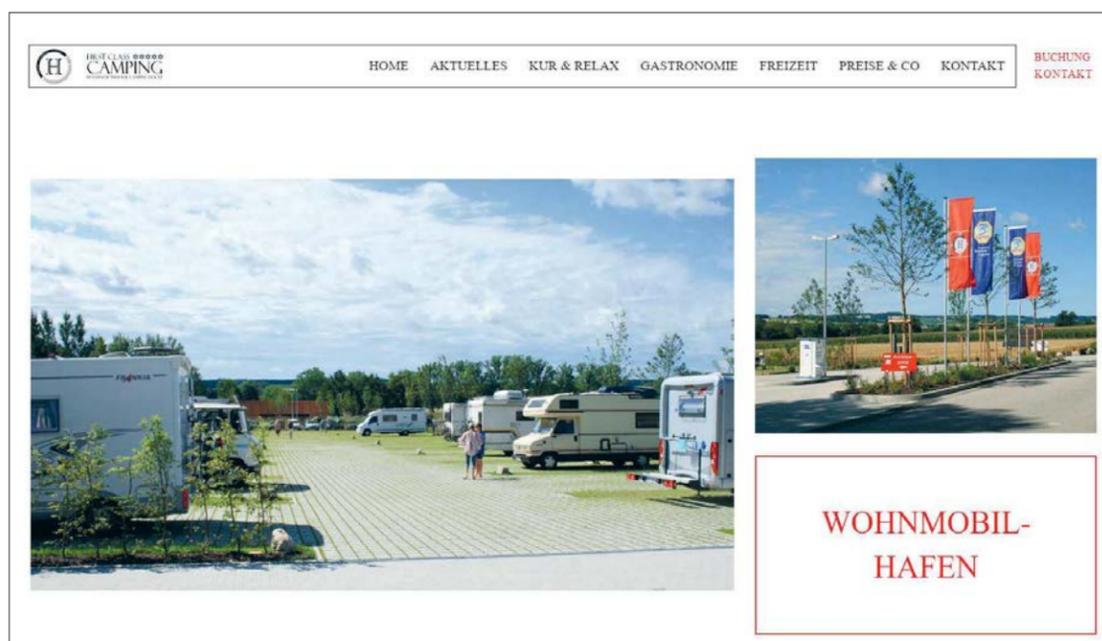
Home / Campings met camperplaatsen

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



WOHNMOBIL-HAFEN

porto roulotte-camper è di 4,4 a 1. Ma le vendite di roulotte sono drasticamente calate e quelle di camper stanno certo crescendo, anche se in modo ancora limitato. I Paesi Bassi, con le sue 462.000 roulotte, sono i primi in Europa, seguiti da Germania, Regno Unito e Francia. In Italia il rapporto è invertito: il numero di chi possiede un camper è quasi quattro volte superiore a quello di chi possiede una roulotte.

È quindi importante capire come sia il mercato per poter prevedere l'impatto di questi cambiamenti. Ma in che modo cresce il numero di camper? Il camper viene considerato da molti campeggiatori come la massima espressione di libertà. Andare e fermarsi dove si vuole e, ancora meglio, dormire gratuitamente. Naturalmente questo irrita i proprietari dei campeggi. Soprattutto quando i camperisti si presentano per chiedere se possono gettare l'acqua sporca e averne di pulita. E poi ci sono le piazzole per i camper gratuite, spesso realizzate addirittura dai comuni. Non è certamente piacevole se si trovano nelle vicinanze di un campeggio.

In alto: Il sito Internet di RCN si rivolge in modo speciale ai camperisti. Sotto: Il camping Holmernhof Dreiquellenbad ha realizzato delle piazzole di fronte all'ingresso.

Accontentare il camperista

Ma è meglio ascoltare il camperista e capire che cosa lo spinge. Il Kur- & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad a Bad Griesbach in Baviera (Germania), ha realizzato delle piazzole per i camper di fronte al campeggio. I camperisti possono pernottare a tariffa ridotta, scaricare l'acqua sporca e prendere quella pulita. Questi camperisti fanno uso anche del ristorante e del negozio del campeggio. Tutto è ben condiviso, i camperisti sono contenti e il gestore ci guadagna anche.

Anche gli RCN Vakantieparken nei Paesi Bassi rivolgono la loro comunicazione in particolare ai camperisti. Hanno piazzole speciali, tariffe particolari per i camper e naturalmente una stazione di servizio per questi veicoli. Niente di particolare, certo, ma sul loro sito Internet si rivolgono specificamente ai camperisti.

I campeggi che spesso hanno davanti all'ingresso molti camper investono in piazzole più grandi, adatte a questi veicoli. È lì che si concentrano più spesso i camperisti che viaggiano con questi veicoli di lusso. Il Caravanpark Sexten (Italia) è un bell'esempio. Hanno accettato i camperisti e creato nuove possibilità.

L'analisi comportamentale è la base per il marketing del futuro

Chi sono gli esperti di marketing del futuro? Sono gli artisti della comunicazione? Gli statistici che vedono connessioni che altri non vedono? Ingegneri del software che realizzano sistemi di marketing? Esperti in modelli economici? O solo esperti di marketing e imprenditori che sfruttano nuove possibilità come piattaforme, analisi e algoritmi?

Comportamento d'acquisto

L'influenza di internet è chiaramente evidente nel comportamento di acquisto e prenotazione dei clienti. Cercare su internet, organizzare le prenotazioni da sé e partire per il viaggio. I clienti di oggi sono meglio informati, vogliono una visione d'insieme e possono scegliere da soli. La ricerca su Internet è diventata una parte importante di un processo d'acquisto e l'inizio del piacere

dell'andare in vacanza. Questo porta a molte possibilità, ma come fornitore, come è possibile esser trovato su internet? Ritrovarsi in cima ai risultati di Google non è facile. La pubblicità su Google è costosa, ma questa visibilità è essenziale per i potenziali clienti.

Nuove piattaforme

Le nuove piattaforme come Booking.com e Airbnb assicurano

una buona reperibilità. Le offerte su questi siti vengono raggruppate in base a diversi temi. La piattaforma viene quindi rapidamente trovata dai visitatori alla ricerca di un'offerta specifica. Volete viaggiare? Consultate Cheaptickets.com. State cercando un posto dove dormire? Cercate su Airbnb. E per un hotel ci sono Booking.com o Trivago. In pochi secondi si ha una visione completa dell'intera offerta disponibile. I gestori lavorano insieme in un'unica piattaforma per garantire che questa sia trovata rapidamente. Un modo efficace di lavorare insieme, anche per i campeggi. Inoltre, con questo sistema vi è anche una grande conoscenza dei processi di acquisto, delle preferenze e dei desideri dei clienti. e ciò può rappresentare la base per una relazione positiva tra la domanda e la migliore offerta.

Gli algoritmi assicurano la comunicazione.

Una volta che si sa chi prenota, bisogna naturalmente poterci comunicare. Ciò è possibile con i cosiddetti algoritmi. Si tratta di cicli di comunicazione che vengono regolati automaticamen-



Cor Molenaar è professore di eMarketing presso l'Università RSM/Erasmus e direttore dell'agenzia di consulenza strategica eXQuo consultancy e partner di Platformsupport@consultancy. Ha scritto diversi libri tra cui Fine della Competizione? Fare affari nell'economia delle piattaforme. Fornisce inoltre consulenza alle aziende sulla strategia di marketing e sull'applicazione della tecnologia nel fare affari.

La tecnologia offre nuove possibilità

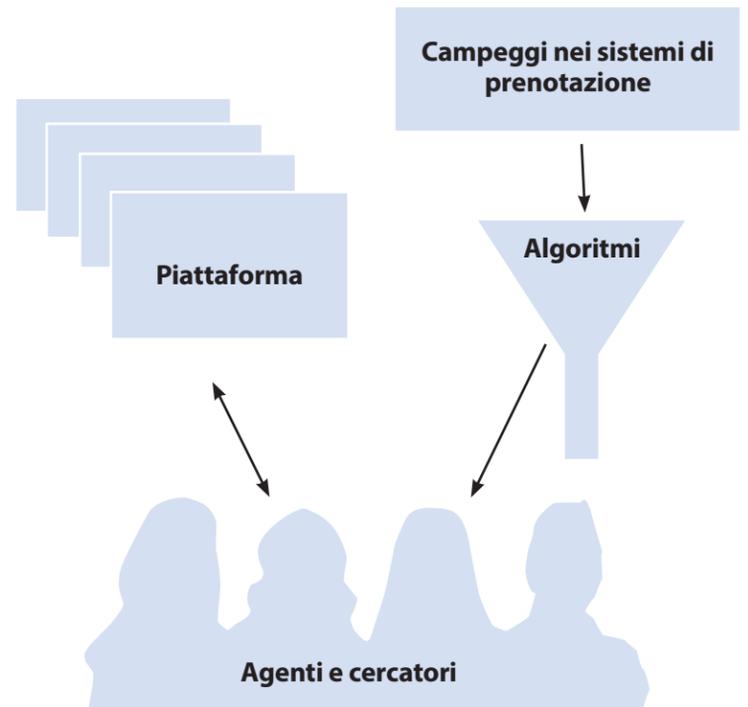
Piattaforme come Airbnb e Uber raggruppano l'offerta e l'adattano in base alle esigenze individuali. Lavorare insieme e rispondere ai desideri individuali è un modello forte, molto più forte dell'attuale modello. Come campeggio, bisogna chiedersi se si vuole collaborare in una piattaforma con campeggi concorrenti se il tutto si basa sulle esigenze reali del cliente.

Analisi approfondite devono fornire non solo dati sul comportamento di acquisto collettivo e individuale, ma anche devono prevedere il comportamento. A questo scopo, le attuali analisi dei gruppi sono troppo limitate. Questo vale anche per i dati storici, poiché solo il passato è ottimizzato.

Gli algoritmi sono processi automatici che avviano la comunicazione con i clienti sulla base del loro comportamento. Ciò si traduce in una maggiore fidelizzazione dei clienti, lealtà, ma anche in un maggiore ritorno dopo il primo acquisto.

te, consentendo la comunicazione individuale in base a tutte le caratteristiche di chi sta prenotando. Gli algoritmi, insieme alla piattaforma, assicurano un marketing efficiente e un rapporto individuale ottimale con chi prenota e i clienti. Questo accade già, tra gli altri, su Airbnb, Trivago e Uber, ma rappresenta la base per il presente e il futuro

per tutti i campeggi. I vostri clienti acquistano già in questo modo. Non prender parte a questo tipo di iniziative e tecnologia, rende difficile poter competere nel mercato. Così lavorare insieme porterà a ottenere risultati immediati. La conoscenza di utenti, agenti e clienti, e la comunicazione diretta sono prerequisiti per l'industria del turismo.



The collage features several key elements:

- Uber:** A screenshot of the Uber website with the text 'Rijdt met Uber' and 'Nu inschrijven'.
- Airbnb:** A screenshot of the Airbnb homepage with the headline 'Boek een reis. Verhuur aan reizigers. Allemaal op Airbnb.' and buttons for 'Ontdekken' and 'Verhuur'.
- Booking.com:** A screenshot of the Booking.com website showing search filters and a 'Zoek' button.
- cheapTickets.nl:** A screenshot of the cheapTickets.nl website with a travel offer for 'de stilte van de natuur' and a 'Zoek je vlucht' button.

ACSI fa da intermediario tra il campeggio e i suoi ospiti

Andare in campeggio è un'esperienza personale, il campeggio ideale non esiste. Alcuni preferiscono i campeggi grandi con grandi complessi di piscine vicino alla spiaggia, altri invece campeggi piccoli immersi nella natura. E per loro è sufficiente un negozietto che abbia il pane fresco.

Noi di ACSI abbiamo dato l'avvio, circa un anno fa, a un progetto per conoscere il meglio possibile i campeggiatori europei e sapere da loro come poterli aiutare nel migliore dei modi. Lo facciamo già incrociando il database dei nostri clienti, le informazioni sui campeggi, le relazioni degli ispettori e le visite ai nostri siti Internet. Tutti questi dati fino a poco tempo fa erano sparsi un po' ovunque e memorizzati in sistemi diversi. Ora abbiamo li abbiamo riuniti tutti nuovo ACSI Datawarehouse, in modo che

l'immagine del cliente sia il più completa e ricca possibile.

Nello schema sotto i numeri da 1 a 4 mostrano tutto il contenuto disponibile e tutte le informazioni sui clienti. Pensate per esempio agli ordini, alle telefonate al servizio clienti, alle relazioni degli ispettori e ai commenti. Tutto è stato inserito nel database centrale (5) che chiamiamo Datawarehouse, cioè "Magazzino dei dati". Nello schema è indicato con l'acronimo "DWH".

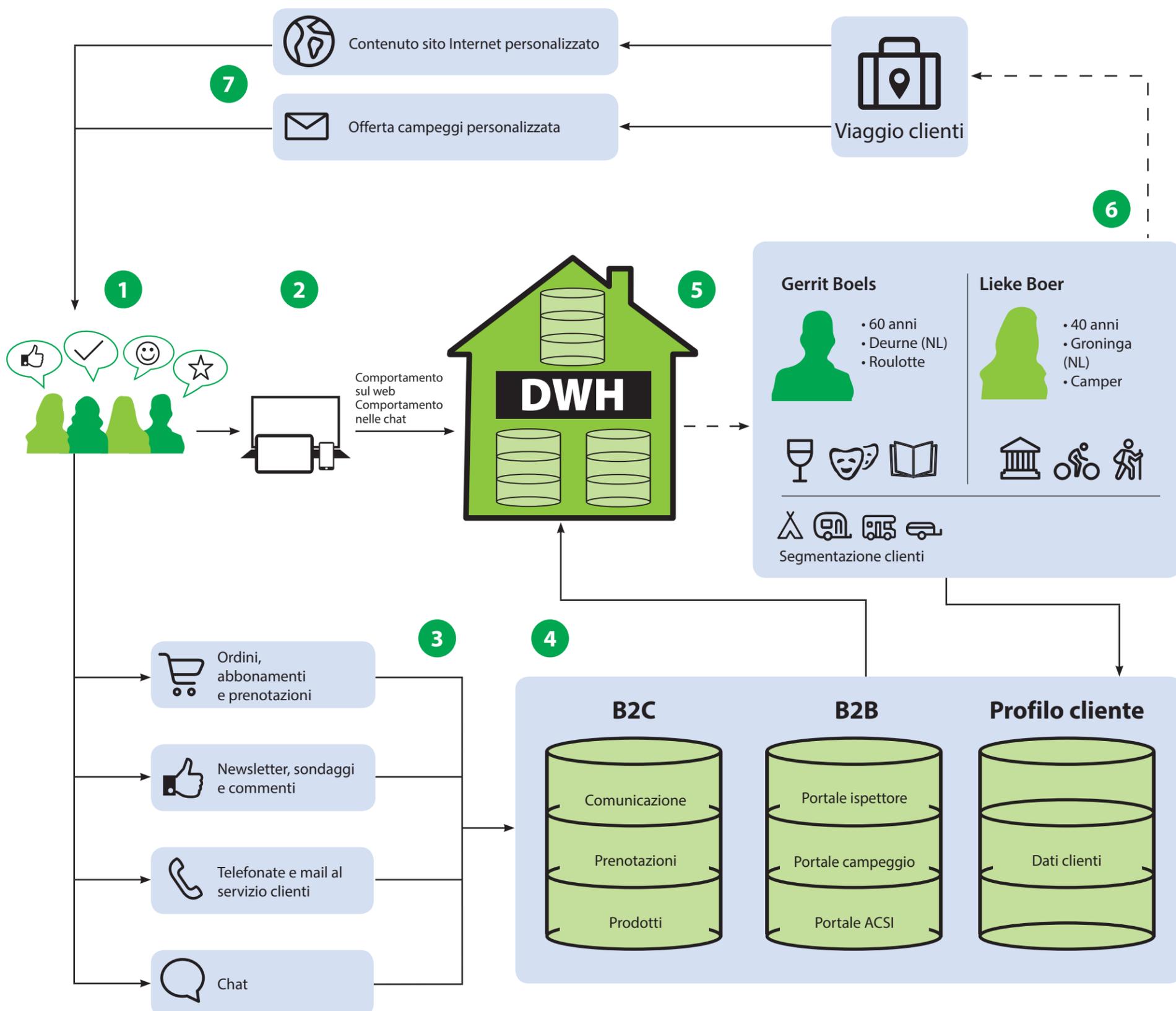
Molto bello, naturalmente, ma come lo utilizzeremo? Il nostro intento è quello di comunicare con i nostri clienti nel modo più individuale e personale possibile e quindi consigliare il campeggio giusto per loro. Lo faremo analizzando il cosiddetto profilo del cliente e sulla base del modo in cui questi clienti affrontano le vacanze e il campeggio. Associamo poi i nostri contenuti e le comunicazioni a questi diversi profili. Al numero 6 sono riportati due esempi del profilo di un cliente.

Gerrit Boels ha 60 anni, vive a Deurne (NL) e ha una roulotte. Durante le vacanze, gli piace leggere e visitare musei. Apprezza anche particolarmente la buona cucina e il buon vino. Lieke Boer è una persona molto attiva, ama andare in bicicletta e camminare e viaggia con un camper. È logico che queste persone si orientino in modo diverso per le vacanze, cerchino caratteristiche diverse nei campeggi e informazioni turistiche di tipo diverso.

Il modo in cui ACSI comunica con questi due clienti sarà quindi molto diverso (7). I siti Internet di ACSI che questi clienti visitano saranno adattati

sulla base di ciò che sappiamo di loro. Pensate per esempio alla proposta di campeggi con possibilità di trekking per Lieke o a campeggi con ottimi ristoranti nelle vicinanze per Gerrit.

Dalle risposte e dal comportamento online dei campeggiatori sui vari modi di comunicare e presentare un certo contenuto sui siti Internet siamo in grado di analizzare cosa è adatto per loro e cosa invece lo è meno. Da qui nasce un processo di apprendimento continuo. Con il risultato finale che ACSI è l'intermediario per eccellenza tra il campeggio e i suoi ospiti!



Terzo ACSI FreeLife TestTour

Un tour, due destinazioni

Dopo il successo del TestTour 2018 che ha attraversato la Catalogna, ACSI è riuscita a organizzare un'altra avventura. Per i team Sportivi e Campeggiatori in famiglia, il viaggio si è svolto nella regione belga della Vallonia. Gli Amanti della cultura e gli Amanti dei piaceri della vita hanno visitato le più importanti città anseatiche olandesi e tedesche.

Il numero di iscrizioni al TestTour ACSI FreeLife quest'anno è aumentato di più di 100 unità e abbiamo avuto un totale di 240 richieste. Con un video, i campeggiatori potevano proporsi alla redazione di ACSI FreeLife Magazine e chiedere di partecipare a uno dei quattro team: Amanti dei piaceri della vita, Sportivi, Amanti della cultura e Campeggiatori in famiglia.

Nella serata di selezione che si è svolta ad Andelst presso la sede di ACSI quattro candidati per categoria hanno avuto la possibilità di presentarsi. I quattro team sulla foto sono quelli che hanno vinto la selezione e sono quindi i protagonisti del tour, che quest'anno è suddiviso in due viaggi.

Mentre state leggendo queste parole, gli Sportivi e i Campeggiatori in famiglia sono già stati in Vallonia con una roulotte nuovissima trainata da una Subaru-Outback. Il nostro

partner Wallonië België Toerisme ha organizzato un programma spettacolare. Hanno fatto trekking e rafting nelle Ardenne, corse in auto sul circuito di Spa-Francorchamps ed escursioni nelle Grotte di Han. Hanno collaborato anche alcuni campeggi della Vallonia. Le immagini spettacolari e i blog saranno

pubblicati nel mese di gennaio 2020 sui diversi canali ACSI. Il TestTour nelle città anseatiche è in corso mentre scriviamo; partecipano i team Amanti della cultura e Amanti della bella vita, che viaggiano su due nuovissimi camper. Sono seguiti dal team dei cameramen di ACSI FreeLife. Il viaggio ricco di attività e che prevede pernottamenti in campeggi e in piazzole attrezzate per i camper è stato organizzato dal nostro partner Interreg Deutschland Nederland. Gli Amanti della bella vita hanno assaggiato il famoso dolce di Deventer mentre gli

Amanti della cultura si sono tuffati nella straordinaria storia della Lega anseatica. Anche quest'anno, i mezzi per campeggiare sono stati forniti dal nostro partner Erwin Hymer Group Nederland, che rappresenta i marchi di roulotte Dethleffs, Eriba, Bürstner e LMC. Le esperienze dei team Amanti della cultura e Amanti della vita verranno trasmesse alla fine di settembre.

Anche ACSI FreeLife Magazine pubblica molte notizie sulle avventure di tutti e quattro i team. Ma naturalmente anche informazioni sui mezzi per andare in campeggio e su tutto quanto è stato messo a disposizione in collaborazione con il partner Isabella. Le pubblicazioni e i video raggiungono circa due milioni di campeggiatori.

Seguite il TestTour ACSI FreeLife in diretta collegandovi a ACSIFreeLife.nl/testtour2019.

Siete curiosi di conoscere le possibilità di collaborazione con il TestTour ACSI FreeLife? Non esitate a mettervi in contatto con noi per discutere delle opportunità!



I protagonisti del TestTour 2019 ACSIFreeLife.

Nei Balcani con "Quasi ci siamo!"

ACSI in televisione

In vacanza con il camper o la roulotte in località dove non siete mai stati e con un gruppo di persone che non conoscete? Il programma televisivo olandese "Quasi ci siamo!" mostra quanto tutto ciò possa essere bello. Per il secondo anno consecutivo in questo programma televisivo che, da quando esiste conta ogni anno più di 1,5 milioni di spettatori, viene trasmesso un viaggio in campeggio di ACSI.

Accompagnato dalle guide ACSI Willem e Petra Kuijs, un gruppo di 33 persone è andato alla scoperta delle bellezze di Bosnia, Montenegro e Albania. In un viaggio di cinque settimane con camper e roulotte, i campeggiatori sono stati seguiti dal team

di Omroep Max. Gli spettatori hanno quindi potuto apprezzare in modo unico i viaggi in campeggio.

Immagini positive
"Ci siamo quasi!" svela tutti gli aspetti della vita in vacanza

durante un viaggio organizzato. Dalla sistemazione della roulotte con un movimentatore alle nuove amicizie fatte, fino all'immersione in altre culture e alla scoperta di paesaggi naturali meravigliosi. Il programma è lo strumento perfetto per far vedere a tutti i Paesi Bassi i lati positivi di un viaggio di gruppo in campeggio.

Escursioni impegnative
Uno dei ruoli principali in questo viaggio è stato riservato alle avventure in natura. In Montenegro c'è stata una discesa in zipline, in Bosnia il rafting su un fiume e a Theth, in Albania, un'impegnativa escursione di due giorni: i partecipanti hanno sentito con molto entusiasmo il richiamo della natura. Le immagini sono spettacolari.



Petra e Willem Kuijs, gli accompagnatori ACSI di questa edizione di "Quasi ci siamo!".

Siete curiosi di sapere come si svolge un viaggio di questo genere?

Riguardatevi le trasmissioni su NPOstart.nl (solo in olandese).

Esperti di ACSI

L'agenzia ACSI Kampeerreizen offre viaggi organizzati per il mercato olandese e tedesco. Chi possiede una roulotte o un camper ha una vasta scelta di destinazioni, in Europa e non solo. Ogni viaggio è unico e

ha un programma di escursioni adeguato al tipo di gruppo. C'è comunque anche spazio per aggiunte individuali. Le guide vengono formate internamente da ACSI e durante il viaggio sono sempre pronte a dare consigli e sostegno.



Spettacolare: rafting in Bosnia.

Colophon

Editore

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

Direzione

Ramon van Reine

Caporedattore

Frank Jacobs

Coordinamento/Redazione finale

Ed Lodewijks

Redazione

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

Vendita pubblicità

Salesafdeling ACSI

Redazione fotografica

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Impaginazione

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

Composizione

Ton Oppers

Stampa

Rodi Rotatiedruk

Supporto alla stampa

Ronnie Witjes



Media 2020

Your European Media Specialist

ACSI guide di campeggi

Tutti i campeggi ispezionati ogni anno vengono citati gratuitamente sulle guide dei campeggi ACSI, vendute in diversi paesi. Nel 2020 la tiratura totale delle guide sarà di 710.500. 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. Gli oltre 10 milioni di visitatori di Eurocampings.eu sono i Suoi potenziali clienti.



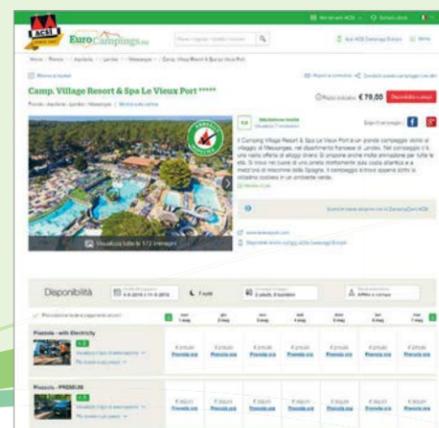
App ACSI Campeggi Europa

Le informazioni dettagliate sul Suo campeggio vengono pubblicate gratuitamente anche sulla app ACSI Campeggi Europa. Questa app riceve 2.500.000 visite l'anno, è utilizzabile sia on-line che off-line ed è disponibile in 13 lingue. Anche in questo caso un'inserzione garantisce maggior visibilità.



ACSI Booking

Con ACSI Booking può rendere disponibile l'offerta del Suo campeggio sui siti e sulle app di ACSI. Desidera approfittare di questo comodo sistema di prenotazione? L'inserimento del campeggio è semplice, si paga solo una piccola commissione, è Lei che stabilisce l'offerta e i Suoi ospiti pagheranno il prezzo ufficiale del campeggio.



Per saperne di più sulle diverse opportunità promozionali:

www.ACSI-MEDIA.com