



EL CÀMPING

Història dels càmpings a Catalunya



EL CÀMPING

Història dels càmpings a Catalunya

© Associació de Càmpings de Girona 2025.
<https://acg.campingsingirona.com>

Parc UdG · Edifici Narcís Monturiol
c. Emili Grahit, 91 Bloc A · Oficina A.01.17 · 17003 Girona

Portada:
Fotografia del Càmping Rifort (L'Estartit, 1935).

Títol de la publicació:
El càmping - Història dels càmpings a Catalunya

Idea original:
Associació de Càmpings de Girona

Edició de l'obra col·lectiva:
Associació de Càmpings de Girona

Autors:
Maria Dolors Vidal-Casellas i Lluís Coromina Soler

Direcció:
Laura Toso Andreu

Perspectiva històrica del Càmping
Maria Dolors Vidal-Casellas

El Futur del càmping
Lluís Coromina Soler

Redacció i treball de camp:
Perspectiva històrica del Càmping
Geraldine Barragán Ferreira
Anamaria Carmona Higuera

El Futur del càmping
Raquel Camprubí Subirana
Lluís Coromina Soler
Ariadna Gassiot Melian

Equip de treball:
Silvia Aulet Serrallonga
Raquel Camprubí Subirana
Ana Maria Candell Saldarreaga
Núria Galí Espelt
Ariadna Gassiot Melian
Silvia Grau Parramon
Esther Martínez Garcia
Antoni Monturiol Sanés
Saïda Palou Rubio
Isabel Planas Campistol
Laura Toso Andreu
Mar Pineda Rodríguez

Col·laboradors:
Byron Alvarado Vanegas
Judit Díaz Saucedo
Adriana Guadalupe Figueroa Cortez
Gina Khamis
Lluïsa Fuentes

Revisió i correcció:
Sergi Capel Arderiu
Silvia Grau Parramon

Disseny i maquetació:
Mitica Brands S.L.

Il·lustracions:
Jose Arnau Cortés (Mitica Brands)

Dipòsit Legal: GI 371-2025
ISBN: 978-84-09-70095-0

Tots els drets reservats. Cada part d'aquest llibre o dels seus contigus no pot ser reproduït, copiat, modificat o adaptat, sense el consentiment previ per escrit de l'Associació de Càmpings de Girona.



Enlloc com al càmping

Miquel Sàmper
Conseller d'Empresa i Treball

El càmping és un d'aquells llocs en el que ens vàrem sentir lliures per primer cop; quan els pares ens deixaven córrer amb la bicicleta sense el seu control i anàvem sols fins a la piscina i fèiem nous amics, que eren veïns temporals, però amb els qui travàvem una amistat ferma que acabava cada setembre. En tornar-hi, l'any següent, i l'altre, ens retrobàvem amb aquesta llibertat, acotada, còmoda, especial, personal, intensa.

Tornàvem a sentir-nos lliures quan, per primer cop sense pares, muntàvem la tenda (no sense dificultats, i pensant que sempre semblava més fàcil quan el pare ho feia) i començaven nits llargues, que no eren per dormir, i acumulàvem records i nous amics que ja sí eren per tota la vida.

Anys després ens tornàvem a sentir lliures quan érem nosaltres qui deixàvem els nostres fills córrer amb la bicicleta i anar sols fins a la piscina i, asseguts entre frondosos arbres, respiràvem la pau i l'olor de vacances amb un somriure ample. El càmping és per a tothom, per a qualsevol moment vital, és l'espai de convivència per excel·lència, és el respecte a la vida en comunitat, és espai d'aprenentatges, espai de llibertat, espai de primeres vegades. El càmping és el pantaló curt i el rellotge guardat a la motxilla, és allò que tots entenem com a luxe en el nostre món present: temps i natura.

I és que el càmping ha posat sempre el paisatge al cor del turisme o dit d'altra manera, el turisme del càmping és el que sempre ha valorat més el descobrir i viure el nostre paisatge, i valorar-lo, i estimar-lo.

El respecte al paisatge ha fet dels càmpings els autèntics pioners en sostenibilitat d'aquí i d'arreu. El respecte al medi natural ha fet practicar la sostenibilitat en cada petit gest de les vacances. Qui ha passat per un càmping sempre tindrà uns quants crèdits més de consciència ambiental que qui no hi ha passat. I aquest és també un gran valor que els càmpings aporten al nostre país.

Un país de llarga tradició de càmpings, un país que estima els seus paisatges, i que per això mira de cara i sense excuses els reptes a afrontar davant l'emergència climàtica: ja siguin els períodes de sequera intensa o els temporals de pluges torrencials.

A Catalunya som líders i uns veritables referents europeus del sector dels càmpings. Publicacions com aquesta ho ratifiquen, i ens posen davant del mirall dels nostres records i ens venen a la memòria aquells moments de llibertat quan no creïem que poguéssim estar millor enlloc com al càmping.

Pròleg

Miquel Noguer i Planas,
President de la Diputació de Girona

Aquest any hem commemorat el 70è aniversari de l'obertura del primer càmping a Catalunya. A principis de la dècada dels cinquanta del segle XX, el règim franquista va començar a obrir-se a l'exterior, cosa que va permetre l'entrada de turisme estranger i, amb ell, la sortida d'Espanya de l'autarquia econòmica. El turisme es va convertir en el motor de l'Estat, i Catalunya en la cara visible d'aquesta potència econòmica. Avui, ben entrat el segle XXI, continuem sent una part fonamental de l'engranatge de l'economia espanyola gràcies a la qualitat dels serveis vinculats a l'hostaleria que oferim.

Singularment, els càmpings catalans han esdevingut dels millors d'Europa. Per bé que les marques associades a la costa catalana (Costa Brava, Costa de Barcelona i Costa Daurada) concentren més del cinquanta per cent de l'ocupació de càmpings i de pernoctacions, el Pirineu ha esdevingut l'altre pol de creixement de l'àmbit campista, complementat amb l'entorn de Barcelona, les Terres de l'Ebre, Lleida i l'Aran. De fet, els Pirineus són la zona del territori català amb més càmpings, només per darrere de la Costa Brava. El reconeixement més important ve dels usuaris, però val a dir que els mateixos operadors del sector n'han distingit en els últims anys fins a una vintena llarga com els millors del continent.

Som, sens dubte, una de les millors destinacions campistes d'Europa. Hem aconseguit aquesta situació de privilegi al mercat gràcies al treball ben fet i a l'esforç combinat dels propietaris d'aquests equipaments, de la Federació Catalana de Càmpings, de la resta d'operadors del sector i de les administracions públiques, que hem treballat insistentment en la recerca de l'excel·lència. L'aposta del càmping català per la sostenibilitat i la millora contínua ha permès aprofitar tot el potencial que té el país en l'àmbit de la natura, la cultura i el patrimoni per posar-lo al servei de centenars de milers de persones que hi han trobat tant una alternativa de vacances com d'estada recurrent durant l'any, que satisfà des de les expectatives més econòmiques fins a les més exigents.

Paradoxalment, la crisi sanitària de l'any 2020 ha fet descobrir el campisme a moltes persones que ara valoren disposar d'un espai a l'aire lliure on poden tenir molt més contacte amb la natura sense haver de renunciar a cap comoditat. El nostre repte és aprofundir encara més en la relació amb l'entorn natural i convertir els càmpings catalans en la referència del turisme sostenible europeu i, alhora, en una eina que mostri als visitants la riquesa natural i patrimonial de Catalunya i, en el nostre cas, de les comarques de Girona.

Introducció

**Miquel Gotanegra, President de l'Associació
de Càmpings de Girona i President de la
Federació Catalana de Càmpings**

Fa 70 anys que es va posar en marxa el primer càmping a Catalunya i l'evolució que ha experimentat el sector ha estat espectacular i única. Aquells inicis humils de parcel·les i tendes de campanya han donat pas als grans parcs de vacances d'avui en dia. El càmping ha esdevingut no només una forma de fer turisme que crea una connexió profunda entre les persones i la natura sinó un estil de vida que es transmet de generació en generació. N'hi ha que han trobat la seva parella en un càmping i després fins i tot s'hi han casat i han continuat anant-hi amb els seus fills i néts. Els càmpings són sinònim de llibertat i en ells s'hi ha viscut al llarg de tots aquests anys històries extraordinàries; les seves tendes, caravanes i bungalows guarden milers de records inesborrables.

Aquest llibre recorre la història dels primers pioners, els canvis en els costums i les formes de viatjar, la consolidació de Catalunya com una de les destinacions de càmping més importants d'Europa, i les tendències del sector.

Estem davant d'un document únic que ajuda a entendre el paper fonamental dels càmpings en la història turística i social de Catalunya. Avui en dia el sector és líder en sostenibilitat, innovació i desestacionalització i en aquest llibre es posa en valor l'esforç dels càmpings per preservar

un entorn extraordinari i privilegiat. El territori on estan situats s'ha pogut conservar gràcies a aquest esforç. On hi ha un càmping podem trobar des de pinedes fins a camins, rutes i paratges gairebé inalterables dels quals en podem gaudir.

Volem que aquesta publicació sigui també un homenatge a les famílies que estan al capdavant de les empreses del sector. Sense la seva dedicació i la seva passió res hauria estat possible. Els equips professionals també són una part essencial de l'engranatge.

El càmping a Catalunya té un passat i un present apassionants i un futur engrescador amb molts reptes per endavant i amb moltes ganes d'assolir-los.

Us animo a endinsar-vos en les pàgines d'aquest llibre per descobrir les històries dels càmpings a Catalunya .

“El càmping és un assentament turístic lligat a la itinerància, en el fet de viatjar és tan important el recorregut, les experiències i on s'atura el trajecte i es converteix en una casa per un temps limitat”.

Martín & Martínez, 2020.

Aquest text ens convida a fer **un viatge a través del temps**, per explorar les principals troballes que han marcat **la història del càmping a Catalunya**; ressaltant els seus inicis com una alternativa de turisme econòmic i d'aventura, fins al seu actual creixement com a opció de turisme sostenible i familiar. S'esmenten moments i fites de rellevància, com el paper dels excursionistes i turistes, congressos i activitats; destacant l'evolució de l'equipament del complex turístic i la diversitat de serveis que els han portat a convertir-se en **reconeguts a nivell nacional i internacional**. Aquesta història reflecteix l'evolució de la societat interrelacionada amb la natura i el concepte d'oci.



Índex

Capítol 1. Context general, polítiques turístiques i promoció

- Introducció
- Ens de gestió i promoció turística
- Polítiques turístiques

Capítol 2. Antecedents del càmping - Família, amics, societat i associacions

- Naturalesa del Càmping
- Internacionalització, esdeveniments i promoció
- Proveïdors i articles per a càmpings

Capítol 3. Càmping, turisme i negoci, espais naturals públics i privats

- Els càmpings com a negoci: reglamentació, habilitació de terrenys i consolidació de negocis
- La relació del càmping amb l'esport, congressos i altres esdeveniments
- Enfortiment del càmping com a estil de vida i de turisme
- Imatge i promoció del càmping: Anuncis publicitaris i productes

Capítol 4. Diversificació de l'oferta turística, noves tendències i creixement del turisme en els càmpings

- Cultura dels càmpings: Innovació per a l'atracció de nous perfils de turista, creixement del caravàning, guies especialitzades i sostenibilitat
- Reconeixements internacionals: Esport, esdeveniments, congressos i premis
- Promoció de la destnació i del càmping a través de postals, guies, revistes i anuncis

Capítol 5. El futur del càmping a Catalunya. Un sector pioner en sostenibilitat

- Rellevància del càmping
- Les tendències del sector del càmping segons els experts

14

28

46

104

200



Capítol

*Context
general,
polítiques
turístiques i
promoció*

Context general, polítiques turístiques i promoció

Introducció

Des de temps ancestrals, el càmping ha estat una de les formes primitives d'allotjament, adoptada per caçadors, recol·lectors, pelegrins, conqueridors i exploradors en diverses parts del món (Timothy & Teye, 2009). Amb el pas del temps, el concepte va evolucionar passant de ser un terme amb connotació militar associada a l'acomodació temporal de l'armada que utilitzava tendes i cabanyes portàtils (Rogerson et al., 2020), a convertir-se en una experiència arrelada en l'essència de l'aventura en si i la connexió amb la natura (Collins & Kearns, 2010). Actualment, és un model turístic basat en la manera d'habitar la natura sense alterar-la amb la finalitat de concedir-li un conjunt de significats i vincles (Martín & Martínez, 2020).

La terminologia aplicada per descriure els càmpings varia internacionalment (Brooker & Joppe, 2013). En aquest context, es troben termes com “parcs de caravana”, “roulotte” (Rogerson et al., 2020), “turisme autoguiat” (Hardy & Kirkpatrick, 2017), “turisme de càmping” (Naydenov et al., 2023), “boondocking” (Brooker & Joppe, 2013). Respecte a l'àmplia terminologia existent, Brooker & Joppe (2013) van optar pel concepte "allotjament a l'aire lliure" (“outdoor hospitality”) per referir-se a les diverses activitats associades als càmpings, definint d'aquesta manera el càmping com

A Europa, el terme “càmping” va aparèixer a França al 1903.

aquella activitat de viure en una tenda de campanya durant un curt període de temps, sigui en un càmping o en un entorn salvatge. Així mateix, el van relacionar amb l'ús d'autocaravanes i caravanes.

A Amèrica del Nord i Nova Zelanda, el càmping organitzat va començar a desenvolupar-se en les dècades de 1920 i 1930, adquirint popularitat després de la Segona Guerra Mundial. A Europa, el terme "càmping" va aparèixer a França el 1903, influenciat per la cultura britànica i els models alemanys; a mesura que augmentava la demanda de qualitat i confort, els càmpings van començar a incloure instal·lacions com a parcs, piscines, bugaderies i petits mercats, responent d'aquesta manera a la demanda dels seus visitants.

L'Institut Nacional d'Estadística d'Espanya entén per càmping “aquells espais de terreny degudament delimitats, dotats i condicionats, destinats a la comoditat de les persones, de mode habitual i mitjançant el pagament d'un preu estipulat, un lloc per a fer vida a l'aire lliure durant temps limitat amb finalitats vinculades a les vacances o el turisme, utilitzant com a residència, albergs mòbils, caravanes, tendes de campanya o altres elements similars fàcilment transportables” (Institut Nacional d'Estadística d'Espanya, 2017). En l'actualitat, la definició d'aquesta pràctica s'ha ampliat per incloure opcions d'allotjament més luxoses: com és el cas de les cabanes i bungalows, constatant la diversificació del sector.

La institucionalització i modernització del càmping va permetre la consolidació del sector, la qual va quedar reflectida en la creació de clubs i federacions com el Càmping Center Forstinning (CCF), que es va encarregar de formar a joves, desenvolupar material de càmping, organitzar esdeveniments i demostracions. Amb el temps, el càmping es va convertir en una indústria amb el sorgiment de fabricants d'equipaments especialitzats, tendes i la publicació de manuals i guies especialitzades.

Tot i la seva rellevància històrica, aquest tema ha estat escassament representat en la literatura acadèmica i ha jugat un paper marginal en el finançament de la recerca dins dels estudis turístics (Rogerson et al., 2020). No obstant això, s'han desenvolupat algunes recerques principalment en països com el Canadà, els Estats Units, Austràlia, Nova Zelanda, Croàcia, Dinamarca, Alemanya, Espanya, Turquia i el Regne Unit. Cadascun d'aquests experts han identificat una infraestructura i la cultura pròpia del càmping, adaptant-se a les seves condicions naturals i demandes turístiques.

En el cas d'Espanya, Parrondo (2003) realitza una revisió documental de diverses fonts per presentar l'evolució històrica dels càmpings a Espanya. L'autor esmenta que a partir de 1940 sorgeix el càmping a Europa com una activitat militar que es transforma en una opció recreativa i turística assequible per a la població general.

Segons l'Associació Sindical Espanyola de Terrenys d'Acampada Turística, durant l'any 1960 existien 115 càmpings a Espanya, amb una forta concentració a Catalunya (72 càmpings, és a dir, el 62,6% de l'estat espanyol). Anys més tard, en el 1963, es va evidenciar un augment significatiu de l'oferta de càmpings, la *Guide Iberocamping* va mencionar 218 càmpings a Espanya: representant un creixement considerable respecte a 1960. A més, Catalunya continuava dominant amb 141 càmpings (64,6% del total). Aquesta guia també va aportar recomanacions per als campistes que incloïa normes com respectar la moral, la decència, les plantes i els animals, entre d'altres.

L'any 1970, Espanya comptava amb 172.058 places en càmpings. En aquesta dècada, s'observa un fort increment de càmpings en zones de muntanya de l'interior peninsular i en les proximitats de l'àrea metropolitana de Madrid. Posteriorment, l'any 1980, es va percebre una expansió notable en l'oferta turística de càmpings, atès que, en aquell moment, Espanya comptava amb 556 càmpings i 252.050 places, representant el 25% de l'oferta turística del país. En aquest context, els càmpings eren molt estacionals, concentrant la majoria de les seves operacions a l'estiu. Deu

anys després, la indústria del càmping estava completament consolidada, amb 928 càmpings i 571.278 places, esdevenint un sector de gran importància per a l'economia del país.

La millora del càmping a Espanya ha estat marcada per diversos factors claus, un d'aquests ha estat la diversitat paisatgística del territori; oferint varietat d'entorns naturals idonis per al desenvolupament de l'activitat. Així mateix, el desenvolupament de normatives específiques per al sector ha permès la seva regulació i la millora en la qualitat de la infraestructura, garantint un desenvolupament més sostenible i respectuós amb l'entorn natural (Parrondo, 2003). A més, la diversificació i modernització del sector ha jugat un paper important, incorporant bungalows, caravanes i serveis moderns com piscines, restaurants i instal·lacions aptes per a realitzar diverses activitats esportives, la qual cosa ha atret una major varietat i quantitat de turistes, mantenint l'auge en el sector.

Ens de gestió i promoció turística

L'evolució dels càmpings com a activitat recreativa, social i econòmica ha comptat històricament amb el suport de diferents ens de gestió i promoció del turisme a nivell nacional i local, aquests han reconegut des de l'inici el valor i els beneficis que aquest sector aporta al territori. En termes generals, Espanya va ser un dels països pioners en l'organització institucional de l'activitat turística, amb la creació de la Comisión Nacional para el *Fomento de las Excursiones Artísticas y de Recreo del Público Extranjero* l'any 1905, la qual va funcionar fins a 1911. Aquesta institució va ser creada per un comitè de polítics monàrquics amb l'objectiu de promoure la conservació dels béns culturals i el foment de la propaganda a l'estranger. La cara visible de la institució va ser el ministre Conde de Romanones. Si bé es desconeix la veritable actuació d'aquest organisme, el cert és que es pot considerar el primer ens públic oficial dedicat a la promoció turística d'Espanya. L'any 1911 es va crear un altre organisme dedicat al foment turístic, la Comisaría Regia de Turismo, que va mantenir-se relativament activa fins l'any 1928.

La confiança en el sector turístic va créixer durant les primeres dècades del segle XX al conjunt de l'Estat. A la dècada dels anys deu ja s'havien creat les primeres societats d'atracció de forasters: es tractava de sindicats d'iniciativa que reproduïen el model organitzatiu francès vigent des de finals del segle XIX. Aquestes societats eren entitats de caràcter mixt i sense ànim de lucre conformades per agents del sector públic i privat, normalment provinents de cambres

de comerç, cercles mercantils, industrials i clubs esportius, que tenien per objectiu la promoció de l'activitat turística a les seves poblacions i el progrés econòmic dels territoris i dels agents que les integraven. El seu naixement demostrava la capacitat organitzativa i de mobilització de la societat civil, al mateix temps que posava en evidència la manca de visió política en relació als afers turístics que es tenia des de les administracions i institucions públiques (Palou Rubio, 2021). Així, les societats d'atracció es creaven no com a resposta a l'afluència de visitants o fruit d'una política turística com a tal, sinó com una estratègia per atreure'ls (Pack, 2009). Catalunya va ser pionera en la creació d'aquest ens.

El mes de març de 1906 es va formar la Comissió d'Atracció de Forasters i Turistes (CAFT) en el si de l'Ajuntament de Barcelona. Posteriorment, el 1908, es va crear la Societat d'Atracció de Forasters (SAF), integrada per agents públics i privats. Aquest organisme va ser un dels primers sindicats a Espanya, el qual seguint el model turístic europeu va reprendre el treball iniciat per la CAFT. Durant tres dècades i fins a la seva dissolució l'estiu de 1936, la SAF va realitzar intenses campanyes de promoció turística, tant de Barcelona com del conjunt de Catalunya. Una de les principals estratègies promocionals fomentades per la SAF es va centrar en el recurs climàtic, perquè la finalitat era adaptar-se als perfils d'una demanda potencial europea.

En aquest sentit, encara que la ciutat de Barcelona no posseïa cap balneari, la posada en valor de l'oferta distribuïda en el conjunt del territori català representava una oportunitat única. Barcelona va actuar com a tractor d'una realitat turística més àmplia i complexa de la qual es va sentir portaveu i referent. En aquest sentit, és indubtable que va assumir a la perfecció un rol de tracció i dinamització geoeconòmica de l'entorn, sobretot d'aquelles poblacions i territoris amb potencial turístic (Palou Rubio & Pellejero-Martínez, 2020, p. 217). A Catalunya, llocs com Sitges, Girona, Tarragona, Reus, La Jonquera, Vilanova i la Geltrú van constituir els seus propis sindicats de foment turístic. Alguns amb un destacat paper en el desenvolupament turístic del territori català. A Girona es va crear la Societat d'Atracció de Forasters el 7 de maig de 1914 amb el propòsit de fomentar la propaganda turística i facilitar visites a la ciutat i als seus entorns, a més d'intervenir en el sector privat i en l'administració pública a favor del desenvolupament turístic de la ciutat (Galí et al., 2006), fet molt habitual en les societats d'atracció del primer terç del XX. La Societat d'Atracció de Forasters de Girona tenia una secció excursionista que fomentava sortides als entorns de la ciutat (Palou Rubio, 2021).

Van ser els comitès municipals i les associacions de foment turístic els que van editar els primers opuscles propagandístics, van instal·lar les primeres oficines d'informació i es van fer càrrec de l'organització d'exposicions i esdeveniments vinculats a l'atracció de forasters (Palou Rubio, 2011, p. 148). Vallejo Pousada (2019, p. 178) assenyala que les associacions excursionistes, els clubs d'alpinisme, els

clubs d'automobilisme, els clubs de ciclistes i les associacions de càmping eren, durant el període 1900-1939, importants agents del sistema turístic espanyol. Tots ells, organismes de turisme actiu, per tant, es reflecteix el pes que tenien les activitats d'oci vinculades als recursos naturals i climàtics a Espanya.

L'any 1970, Espanya comptava amb 172.058 places en càmpings.

L'any 1923 es va celebrar la Conferència Nacional de Turisme a Barcelona, on es va emfatitzar respecte al suport de l'Estat per al funcionament de la indústria turística. Aquesta manifestació es va resumir en un projecte de Llei a partir del qual es crea, el 1928, el Patronat Nacional de Turisme (PNT), el primer president del qual va ser Alberto de Borbó i Castellví. El Patronat també va instal·lar seus en poblacions estratègiques de Catalunya, com Portbou, La Jonquera, Puigcerdà, Girona, Barcelona i Tarragona. L'activitat del PNT (1928-1938) es va veure condicionada per tres contextos polítics ben diferents (dictadura, república i guerra), raó per la qual els seus pressupostos i activitats sempre van estar inestables i mai no es van consolidar. En relació a les publicacions propagandístiques, el PNT pretenia incorporar informacions útils i pràctiques per al viatger, i va arribar a crear uns 25 cartells turístics en el termini de dos anys. A més, va realitzar algunes pel·lícules amb una finalitat propagandística, les quals es van distribuir a través d'oficines de turisme a l'estranger, consolats, ambaixades i universitats (Palou Rubio, 2011, p. 338).

A Catalunya l'any 1932 es crea la Federació del Turisme Catalano-Balear, el president d'Honor del qual seria Serra Moret, i el president del Comitè Directiu seria Francesc Maspons Anglasesell. La Federació del Turisme Catalano-Balear va desplegar un Pla de Propaganda (discutit amb el Comitè de Turisme de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya). En el document s'assegurava que l'oportunitat per al foment turístic de Catalunya era especialment idònia perquè les circumstàncies econòmiques i polítiques mantenien una baixa cotització de la pesseta, la qual cosa era propici per a orientar el turisme a Catalunya i Balears (Palou Rubio, 2011, p. 352).

Aquest mateix any, la Federació convoca un concurs de cartells amb la vocació expressa que cada població d'interès turístic disposi d'un cartell de propaganda propi. L'1 de juny de 1932, el Patronat Nacional de Turisme i la Generalitat de Catalunya signen un conveni en el qual s'indica que el Govern de Madrid cedeix a Catalunya l'organització turística del país. Naixia així l'Oficina de Turisme de Catalunya, el director de la qual va ser Ignasi Armengou. En el document s'establia que la Generalitat de Catalunya gaudiria d'una àmplia autonomia en la gestió turística mantenint, això sí, un contacte necessari amb el PNT per tal de garantir la cooperació. Així mateix, l'OTC assumiria les despeses de l'organització relativa als serveis de propaganda turística, mentre que el PNT assumiria les despeses i la responsabilitat de difusió d'aquest material turístic de Catalunya a l'estranger. La Generalitat de Catalunya també hauria d'assumir les despeses i responsabilitats relatives a

la distribució en territori català del material propagandístic de la resta d'Espanya proporcionat pel PNT. En totes les oficines de turisme espanyoles, incloses les de Catalunya, seria facilitada informació verbal, escrita o impresa, segons els casos, de tot el territori nacional. Uns mesos abans de la creació de l'OTC es publica a Catalunya el llibre Organització Turística de Catalunya, de l'autor Antoni Muntanyola, el qual reforçava l'ideal d'un model turístic innovador, europeu, articulat i concorde a la realitat socioeconòmica de l'època. En aquesta obra es desprenia l'ideal d'un turisme democràtic i basat en els recursos naturals i culturals del país.

En el període comprès entre finals dels anys vint i primera meitat dels trenta, Catalunya experimentarà una primera i modesta democratització del turisme. Es tracta d'un turisme majoritàriament domèstic, ja que els fluxos internacionals són encara minoritaris i es concentren sobretot a Barcelona. Aquestes experiències turístiques tindran un caràcter popular i no generaran un impacte rellevant en les economies de les poblacions receptores, si bé en el seu conjunt participaran en l'inexorable procés de transformació sociocultural, econòmica i paisatgística del territori.

L'1 de juny de 1932, el Patronat Nacional de Turisme i la Generalitat de Catalunya van signar un conveni en el qual s'indicava que el Govern de Madrid cedia a Catalunya l'organització turística del país.

Polítiques turístiques

Davant la creixent rellevància del sector turístic en l'economia espanyola, els comitès municipals i les associacions de foment turístic van impulsar iniciatives i polítiques destinades a regular les activitats turístiques en les seves diferents modalitats, així com els serveis prestats als turistes, amb la finalitat de millorar la qualitat de l'oferta. Per exemple, en el marc del Primer Congrés de Turisme de Catalunya (1919), es van treballar quatre temes (Palou-Rubio, 2011, p. 212-213):

- **Organització i funcionament dels sindicats d'iniciativa i propaganda:** es conclouïa que era de vital importància que els Ajuntaments i Diputacions mantinguessin les subvencions a les entitats promotores de turisme; també es decidia fomentar la reciprocitat de serveis entre sindicats catalans i estrangers; es recordava que s'havia de celebrar biennalment un congrés turístic a Catalunya; es considerava la necessitat d'instar ambaixadors i cònsols espanyols a cooperar amb la tasca propagandística dels sindicats, sumant també a les cambres i viatjants de comerç; finalment, s'acordava que la SAF convocaria a entitats i empreses interessades en la constitució d'un Touring Club català.
- **Serveis públics en relació amb el turisme i comunicacions:** qüestions relatives a la millora de les vies de comunicació, l'estat de les ciutats i pobles i dels seus recursos i facilitats relacionades amb l'acolliment del visitant; la conformació de cossos de guies urbans

i rurals; sol·licitar a les companyies de transport que adoptessin disposicions per a venda de bitllets i col·locació d'equipatges; l'estímul i conservació de les festes tradicionals populars com a elements d'atracció turística, així com el bon condicionament de les platges destinades a balnearis públics.

- **Excursionisme, monuments i belleses naturals:** estudi i foment d'itineraris per a facilitar el coneixement del país; es va acordar sol·licitar a la Mancomunitat de Catalunya la construcció d'una xarxa de refugis de muntanya i el de la protecció de les obres que constituïen el patrimoni artístic nacional.
- **Sector de serveis (hotels, balnearis, estacions d'hivern i d'estiu):** es debatia sobre l'oferta d'acolliment i es va acordar la publicació d'una guia general d'hotels de Catalunya; també es va promoure la creació d'un Patronat que vetllés per la millora de les condicions dels allotjaments rurals; es destaquen els interessos a adaptar les condicions dels hotels i fondes a les necessitats dels viatgers, millorant la higiene, la bellesa i el confort; finalment, s'instava la implantació de la Universitat Industrial de "l'ensenyament especial de les Pràctiques de la cuina i cambra hoteleres" com a ingredient important per a millorar la qualitat del servei i de la indústria turística.

Més endavant, en el marc del segon Congrés de Turisme de Catalunya (1921) es van reiterar els acords sorgits del primer, i s'instava als diferents agents a continuar treballant per aconseguir-los. Els posteriors congressos no es van dur a terme.

A més, la Federació del Turisme Catalano-Balear va desplegar l'any 1932 el Pla de Propaganda (discutit amb el Comitè de Turisme de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya). En el document, s'assegurava que l'oportunitat per al foment turístic de Catalunya era especialment idònia perquè les circumstàncies econòmiques i polítiques mantenien una baixa cotització de la pesseta, de manera que era òptim orientar el turisme a Catalunya i Balears (Palou-Rubio, 2011, p. 352).

A finals de l'any 1924, es feien famosos i prenien un cert ressò internacional els deu manaments turístics elaborats pel Club Alpí Suís, equivalent a una mena de codi d'instrucció i de l'ús del paisatge per als turistes (Palou-Rubio, 2011, p. 232). Més tard, l'1 de juny de 1932, el Patronat Nacional de Turisme i la Generalitat de Catalunya van signar un conveni en el qual s'indicava que el Govern de Madrid cedia a Catalunya l'organització turística del país. En el document s'establia que la Generalitat de Catalunya gaudirà d'una àmplia autonomia en la gestió turística mantenint, això sí, un contacte necessari amb el PNT per tal de garantir la cooperació.

Així mateix, aquesta assumiria les despeses de l'organització relativa als serveis de propaganda turística, mentre que el PNT assumiria les despeses i la responsabilitat de difusió d'aquest material turístic de Catalunya a l'estranger. La Generalitat de Catalunya també hauria d'assumir les despeses i responsabilitats relatives a la distribució en territori català del material propagandístic de la resta d'Espanya proporcionat pel PNT.

També es garanteix l'intercanvi gratuït de material propagandístic entre els dos organismes, de la mateixa manera que el PNT es comprometia a millorar les seves edicions de propaganda relativa a ciutats i monuments de Catalunya. Finalment, en totes les oficines de turisme espanyoles, incloses les de Catalunya, seria facilitada informació verbal, escrita o impresa, segons els casos, de tot el territori nacional. A més, cedirà en usdefruit a la Generalitat les seves actuals oficines (Portbou, La Jonquera, Puigcerdà, Girona, Barcelona i Tarragona) amb totes les instal·lacions.

L'any 1934, l'establiment d'un Decret donava inici a la regulació dels requisits i formalismes administratius que havien de complir els estrangers que van desembarcar a les Balears. També entrava en vigor un codi de circulació que ordenava la matrícula turística (Palou Rubio, 2011, p. 343). En el cas català, la política turística de principi de segle es va basar en l'establiment d'aliances puntuals amb poblacions franceses, italianes i baleàriques (Palou Rubio & Pellejero-Martínez, 2020, p. 2019-220).

Un cop restablerta la democràcia, l'any 1982, els membres de l'Agrupació Sindical Espanyola de Terrenys d'Acampada Turística (A.S.E.T.A.T.), sol·licitaven a la Generalitat de Catalunya l'aprovació d'un reglament per a tots els terrenys d'acampada turística i així impedir les acampades il·legals. En aquest context el Reial decret sobre la creació de campaments de turisme (càmping) entra en vigor el 29 d'octubre de 1982, i definia al “campament de turisme” com: l'espai de terreny degudament delimitat, dotat i condicionat per a la seva ocupació temporal, amb capacitat per a més de deu persones que pretenguin fer vida a l'aire lliure, amb finalitats vacacionals o turístics i utilitzant com a residència albergs mòbils: tendes de campanya, caravanes o altres elements similars fàcilment transportables (BOE 242 pg 27975)

Anys després, el 26 d'octubre de 1999, es publica el Decret pel qual es regulen els Campaments Públics de Turisme, Campaments Privats i Zones d'Acampada Municipal. Aquest regulava l'obertura i funcionament dels terrenys de càmping, la infraestructura i serveis, els preus, les condicions per al personal de servei, i els drets i obligacions dels campistes. El Decret va ser revisat durant el 2009 i manté la seva vigència des del 17 de novembre del mateix any.

El 2011, la política turística espanyola plantejava una “nova economia turística”, apostant per la innovació i el desenvolupament del talent humà, tots dos determinants per a la satisfacció del visitant i el creixement de les empreses. Aquesta aposta subratllava la necessitat d'involucrar en la planificació i execució les empreses que han demostrat la seva capacitat de competir i superar als seus competidors, tant a nivell nacional com internacional. Aquest, precisament, havia estat el cas de diversos càmpings catalans de renom, que per la seva qualitat i innovació han rebut nombrosos guardons i reconeixements a escala internacional.

Posteriorment, davant la pandèmia mundial de la COVID-19, que durant el 2020 va paralitzar completament la indústria turística, la Federació Espanyola de Càmpings (FEEC), les comunitats autònomes, Federació Espanyola de Municipis i Províncies (FEMP), els agents socials, experts participants en els grups de treball i l'Associació Espanyola de Serveis de Prevenció Laboral (AESPLA), coordinats per l'Institut de Qualitat Turística de la Secretaria d'Estat de Turisme, van elaborar la guia d'especificacions en els càmpings per a la reducció del contagi pel coronavirus SARS-COV-2.

La guia contenia especificacions de servei, neteja i desinfecció, manteniment i gestió del risc. D'aquesta manera, el sector es va preparar per a la reactivació de la indústria turística i per operar de manera segura en aquest nou context.

L'any 2023, la Federació (FEEC) compta amb la “Academy Fed Càmping”. Es tracta d'una acadèmia que ofereix cursos de formació per a fomentar tant la professionalització com l'actualització de l'exercici, logística i funcionament dels càmpings.

El 2011, la política turística espanyola plantejava una “nova economia turística”, apostant per la innovació i el desenvolupament del talent humà.

Referències

Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality—An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, 1-6.

Eurostat. (2022a). Arrivals at tourist accommodation establishments.

Eurostat. (2022b). Establishments, bedrooms and bed-places in tourist accommodation.

Instituto de Estadística de Cataluña. (2022). Anuario estadístico de Cataluña. Campings. Por categorías.

Instituto Nacional de Estadística de España. (2017). Encuesta de ocupación en campings Metodología.

Fernández López, O. (2024). Imaginarios culturales y cartografías ciudadanas insurgentes en el Madrid de comienzos del siglo XXI. *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 1-27.

Galí, N., Donaire, J. A. (2006). "Història del turisme a la ciutat de Girona", *Revista de Girona*, 239, p. 34-41.

Martín, X & Martínez, A. (2020). Arquitecturas del turismo informal. *El habitar lúdico en la naturaleza*. Ediciones asimétricas. ISBN 978-84-17905-39-2

PACK, S. D. (2009). La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco. Madrid: Turner Noema.

Palou Rubio, S. (2021). Excursionisme, paisatge i organització turística durant la II República: la celebració de la Conferència Pro Costa Brava l'agost de 1935. *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*, Vol LXII, 635-666. ISSN: 0213-6228; e-ISSN: 2339-9937; ISBN: 84-86953-54-5

Palou-Rubio, S. (2011). *Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010)* [Ph.D. Thesis, Universitat de Barcelona]. En TDX (Tesis Doctorals en Xarxa).

Pousada, R. V. (2019). *Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: La conformación de un sistema turístico*. Ayer. *Revista de Historia Contemporánea*, 114(2), Article 2.

Santacana, C. (2021). *Imágenes sobre Cataluña en el franquismo: El regionalismo bien entendido en las pantallas*. El NO-DO (1960-1975). Ayer. *Revista de Historia Contemporánea*, 123(3), Article 3.

Parrondo, F. F. (2003). Los campings en España. *Cuadernos de Turismo*, 11, Article 11.

Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2020). *Camping tourism: A review of recent international scholarship*. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 28(1), 349-359.

Sirost, O. (2001). *Les débuts du camping en France: Du vieux campeur au village de toile: Ethnologie française*, Vol. 31(4), 607-620.



Capítol

*Antecedents
del càmping
– Família,
amics, societat i
associacions*

Antecedents del càmping

Família, amics, societat i associacions

Temporalitat: 1913-1951

El càmping des dels seus inicis ha estat un motor generador d'experiències i emocions compartides; inicialment grups d'aventurers, exploradors i excursionistes s'introduïen en les entranyes de la natura per conèixer els seus misteris, així com desconnectar lliurement de la quotidianitat o tornar a la simplicitat de la vida natural combatent la inclemència de l'entorn amb articles i tendes de campanya com el seu refugi.

Juntament amb aquests grups inicials, es van anar sumant diversos col·lectius de persones, entre aquests, els artistes que a la recerca d'espais de creació, van començar a organitzar activitats associades al càmping i a passar diversos dies enmig de la natura en la cerca d'inspiració en els bells paisatges catalans. A mesura que passava el temps, centenars de famílies i grups d'amics amb les seves pertinences a l'esquena es van embarcar en l'aventura d'explorar el món natural, deixant la comoditat de la ciutat i desenvolupant pràctiques associades a la supervivència per valorar la riquesa natural del context a través de l'agudització dels sentits.

En aquest procés, les diferents maneres d'acampar i la creació d'assentaments temporals van promoure “el descobriment de nous llocs a partir de l'hàbitat lúdic de la naturalesa”².

Paraules clau: Excursionisme, muntanyisme, acampada, col·lectivitat, recerca, exploració i immersió a la natura, impactes ambientals inicials.

1. Serch, A. (1934). El Càmping: Esport de la vida a l'aire lliure. Vol. CIV(104). Editorial Barcino.

Naturalesa del Càmping

Des de 1913, exploradors barcelonins es van aventurar a realitzar excursions i acampades, establint les bases d'una activitat que aviat es convertiria en una passió per a molts, replicant minuciosament la pràctica d'Anglaterra i d'altres parts del món. El primer registre oficial del terme “càmping” a Catalunya es pot trobar l'any 1917, amb un reeixit campament ubicat en la badia de Roses i el Cap de Creus, marcant una fita crucial en aquesta història ^{3,4} i donant principi a una era en la qual el càmping seria el protagonista a la regió.

El càmping a Catalunya es va veure influenciat per referents internacionals, entre aquests, un càmping organitzat a Algèria en el 1920, que, tenint en compte l'època, presentava instal·lacions confortables i modernes amb tots els serveis necessaris per als turistes.⁵ A més, hem de sumar casos com el del xalet refugi de les Bouillouses a França. Durant el 1924, el país francès va habilitar un terreny especial per a campaments a l'aire lliure generant més activitats col·lectives.⁶

Avançant-se en el temps, es pot veure com el càmping es consolida com una activitat complementària a l'excursionisme, enfortint valors com la companyia, la responsabilitat i el respecte per la natura; així mateix, aquest tipus d'activitat comença a generar reflexions entorn dels beneficis de la seva pràctica, els quals estan associats a la connexió amb la natura, el desenvolupament personal⁷ i un bon desenvolupament físic i mental.⁸

Uns anys després, la paraula “càmping”, anomenada pels britànics, s'introdueix a Catalunya. Específicament, l'any 1928 es va definir com a “manera de gaudir de la natura amb comoditats, accessible per a aficionats amb recursos, destacant que no es tracta només d'una activitat a l'aire lliure, sinó que també ofereix la possibilitat d'establir-se en un lloc determinat i gaudir de la vida en contacte amb la natura”.⁹

2. Martín, X & Martínez, A. (2020). Arquitecturas del turismo informal. El habitar lúdico en la naturaleza. Ediciones asimétricas. ISBN 978-84-17905-39-2.

3. [Càmping de l'escola d'Istiú a la badia de Roses i al Cap de Creus...]. (4 d'agost de 1917). La Comarca, Any V(230), 249.

4. [El resultado del ensayo actual da camino para la organización de un camping más completo...]. (2 d'agost de 1917). La Vanguardia, Any XXXVI(16.062), 2.

5. El turismo en el extranjero. (juliol de 1920). Barcelona Atracción, Any X(11), 21(20-22).

6. Inauguración del Chalet refugio de Las Bouillouses. (27 de juny de 1924). La Vanguardia, Any XLII(18.830), 10.

7. La Publicitat. (15 de juliol de 1928). Excursionisme. Canigó, Any III (20), 3.

8. Serch, A. (1934). El Càmping: Esport de la vida a l'aire lliure. Vol. CIV(104), (7-12). Editorial Barcino.

9. Rubio y Ballvé, M. (abril 1928). Picnic y Camping. Barcelona Atracción, Any XVIII(202), 99(99-102).



*El càmping contribueix al fet que el ciutadà de les grans urbanitzacions vegi i conegui millor el país en el qual habita; si es limita a la vida ciutadana, ignorant quantes bel·leses, quants inconvenients, quin gran nombre de problemes de resolució transcendental es plantegen contínuament darrere dels arbres i de les muntanyes que passen ràpidament davant la seva vista quan, viatjant al tren o en l'acte, no fa més que albirar els paisatges sense posar-se en veritable contacte amb el camp i amb els seus abnegats habitants, els quals després de Déu, són els primers que s'ocupen a proporcionar-nos el pa nostre de cada dia.*¹¹

Si bé el càmping evoca imatges de paisatges idíl·lics, fogueres sota les estrelles i connexió amb la natura, és important reconèixer que no es tracta d'una activitat purament onírica ni exempta de desafiaments, doncs, el càmping és un exercici integral mental, corporal i social que permet

al campista desenvolupar les habilitats abans esmentades, acompanyades de vicissituds i de superació personal, alguna cosa que a la ciutat no es podria viure, citant el fragment del relat Feu càmping: “si és així, company, us tenim la solució: FEU CÀMPING. Ens trobavem amb els mateixos dubtes i dificultats que vós, i per fi hi trobarem remei amb UNA TENDA”.¹²

Fotografia: Un càmping (1928)¹⁰.

10. Rubió y Ballvé, M. (1928, abril). Pic-nic y Camping. Barcelona Atracción: Revista mensual de la Sociedad de Atracción de Forasteros, Any XVIII(202), 99-102.
11. Rubió y Ballvé, M. (abril 1928). Picnic y Camping. Barcelona Atracción, Any XVIII(202), 99(99-102).
12. Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya. (1 de maig de 1935). Feu Camping. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, (53), 3(3-8).

Fotografia: Càmping Rifort (1935). Família acampant en els terrenys del futur càmping Rifort. Fotografia atorgada per l'Associació de Càmpings de Girona.



De 1938 a 1943, no hi ha un registre rigorós ni presència de la temàtica de càmpings a la premsa. Aquest fet pot estar relacionat amb l'esdeveniment de la Guerra Civil Espanyola (1936-1939) i la Segona Guerra Mundial (1939-1945).

La dècada de 1940 i 1950 va marcar un creixement en la popularitat del càmping, no obstant això, a mesura que més persones s'aventuraven a la natura i realitzaven aquesta pràctica, també es va fer evident l'impacte ambiental que aquesta activitat podia tenir: els incendis forestals, la generació de residus i l'alteració dels ecosistemes van ser alguns dels problemes que van començar a preocupar els ambientalistes.

13. Pla, J. (24 de juliol de 1947). Más bosques destruidos. Diario de Barcelona, Any 156(175), 3.

*Després hi ha les causes que no poden atenuar-se, el turista inconscient que tira un llumí encès en la mala herba i després, provocat l'incendi, fuig espavorit; el jove que fa el "càmping" i malgrat el reglament que porta a la motxilla, no el compleix per la raó que sigui.*¹³

En aquest context, dues perspectives diferents sobre el càmping es van enfrontar en les pàgines del Diari de Barcelona: d'una banda, el jove poeta Miguel Arnau Mont va escriure una carta exaltant l'experiència del càmping com un retorn a la natura, un acostament al primitivisme i una font de tranquil·litat espiritual. Argumentava que el càmping forjava persones valeroses i optimistes, que era una manera de "tornar a l'home a un candor que s'ha perdut en l'asfalt i els pisos". En la seva carta, Arnau Mont descriu amb detall el ritual d'un dia de càmping, des del despertar amb el sol fins al sopar sota les estrelles, transmetent la seva passió per aquesta activitat i el valor que li atorgava. A més, classifica a tres tipus de campistes:

Excursionista corrent: realitzen travessia muntanyenca, o bé, marinera; acampen circumstancialment, amb itinerari més o menys rígid.

Campista per al descans o “dolorits del descans”: veuen l'hipotètic descans l'arrel del seu sofriment a dolors innombrables, com el no tenir un matalàs o haver de portar-ne un; el fum de la llenya, les mosques (per falta d'experiència en cremar detritus), i fent-li l'efecte d'un paisatge natural com un parc municipal on faltaria la paperera.

Campistes amb finalitat específica: amb un objectiu moral, sentimental, d'estudi, de formació, d'entrenament físic, etc. D'altra banda, el reconegut escriptor i columnista Josep Pla si bé esmentava els beneficis del càmping,

advertia sobre la necessitat d'una maduresa i preparació física per a afrontar els desafiaments de la vida a l'aire lliure. Pla també criticava alguns campistes que, per falta d'experiència o responsabilitat, deixaven un rastre de destrucció al seu pas.¹⁴ La coexistència d'aquestes diferents perspectives reflecteix la complexitat del debat sobre el càmping.

A l'any 1948, durant la postguerra, les motxilles que abans portaven els herois anònims, ara les utilitzaven els entusiastes de la muntanya i del "càmping", és a dir, els qui gaudien de l'aire lliure sense pensar en el passat bèl·lic d'aquests objectes.¹⁵ Abans dels anys 50, comencen a sorgir tensions entre allò públic i privat del paisatge natural, de la mateixa manera que es limita l'accés a algunes cales on anteriorment es podia acampar i gaudir del paisatge.

¹⁴ Pla, J. (31 d'agost de 1944). Por el camping hacia la madurez. Diario de Barcelona, Any 153(208), 2.
¹⁵ Artero, J. (13 d'octubre de 1948). La guerra y el deporte. La Vanguardia,

D'una banda, els propietaris esmenten la inconsciència del visitant/campista/excursionista en relació amb la disposició de residus en la zona natural i la cura en fer la seva visita; d'altra banda, existeix la disconformitat del visitant per no poder realitzar l'activitat quotidiana.¹⁶

El debat sobre la conveniència o no de l'acampada urbana es va posar de manifest en el 1952 amb la presència d'una caravana holandesa a la plaça de Figueres. Aquest fet va generar controvèrsia i va posar de relleu la necessitat de regular la pràctica del càmping a les ciutats.¹⁷

Principals esdeveniments de la natura i essència del càmping

- Des del 1913, els exploradors barcelonins van establir les bases del càmping a Catalunya, replicant pràctiques internacionals.
- L'any 1917, el primer campament oficial en la badia de Roses i el Cap de Creus va marcar una fita en aquesta activitat.
- Influenciats per models estrangers, com el càmping a Algèria el 1920 i el xalet refugi de les Bouillouses a França el 1924, el càmping català es va consolidar, promovent valors com el companyerisme i el respecte per la natura.
- L'any 1928, el terme "càmping" es va definir a Catalunya, ressaltant la seva accessibilitat i comoditat per gaudir de la natura.
- El càmping es va convertir en una eina per apreciar i comprendre millor l'entorn rural.

¹⁶ Del Castillo, A. (18 d'agost de 1949). ¿Hay derecho a acotar las calas?. Diario de Barcelona, Any 158(196), 3.
¹⁷ Clodianus. (19 de novembre de 1952). Camping en la ciudad. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XI(531),

- Al llarg de les dècades, la popularitat del càmping va créixer, destacant-se els seus beneficis personals i socials, però també es van evidenciar desafiaments ambientals.
- El debat sobre la pràctica del càmping va reflectir una complexitat que encara perdura, subratllant la necessitat d'equilibrar la connexió amb la natura amb la responsabilitat ambiental i social.

Internacionalització, esdeveniments i promoció

Clubs, associacions, promoció de càmping, educació, formació, cultura (cinema, poesia i sardanes).

En aquest context, el desig d'aventurar-se a la natura comença a enfortir-se entre els catalans; institucions com el Centre Excursionista Barceloní, pioner en l'exploració de la natura, amb la intenció d'intensificar la pràctica del càmping entre els aficionats, van posar a disposició les seves tendes de campanya als excursionistes interessats a participar en les seves excursions.¹⁸

De la mateixa manera, les primeres publicacions de sortides d'excursionisme i visites van generar la curiositat i l'entusiasme d'aquells que anhelaven escapar del bullici de la ciutat i, així, submergir-se a la tranquil·litat de la natura. Bosc de can Peu a Sabadell, el càmping i els banys de Santa Cristina a Blanes i Lloret, Badalona i Vilafranca del Penedès van ser algunes de les destinacions que van marcar l'inici d'aquesta època.¹⁹

L'any 1927, l'interès pel món del càmping es va avivar encara més amb la promoció del Primer Concurs de Càmping, un esdeveniment que va celebrar la pràctica del càmping com un "interessant auxiliar de l'excursionisme".²⁰ Durant l'any següent, es realitzaren excursions conjunes amb el Camping Club of Great Britain Ireland, mostrant la importància del càmping com a activitat esportiva i com a forma d'intercanvi cultural.^{21, 22, 23}

El 1929 va ser un any de creixement pel càmping a Catalunya, l'esperit aventurer i el desig d'explorar la natura es van manifestar en diversos esdeveniments que van marcar una fita en la història d'aquesta activitat. El Càmping Club de Catalunya va organitzar una trobada internacional que va reunir campistes d'Anglaterra, Holanda i Dinamarca. De fet, aquest esdeveniment va consolidar a Catalunya com un referent en el panorama del càmping europeu, enfortint la connexió entre clubs i aficionats de diferents països.²⁴

Així mateix, es va organitzar el Segon Saló Català de Fotografies de Muntanya, organitzat pel Centre Excursionista de Catalunya. En aquest esdeveniment, el càmping es va presentar com una activitat a l'aire lliure que permet gaudir del paisatge.²⁵ També es van gestar concursos de fotografia per als socis de les agrupacions excursionistes.²⁶

Un exemple molt senzill de la creixent popularitat del càmping i la seva relació amb expressions artístiques és “Càmping”, una pel·lícula amateur de Francesc Bordàs que va capturar a la perfecció l'esperit de les filmacions casolanes d'excursions, retratant les diferents activitats associades al càmping.

Gairebé com un manual d'instruccions, Bordàs va recopilar de manera antropològica les relacions i l'estada d'un grup d'amics excursionistes durant els mesos de juliol i agost de 1930 a la vall de Monestero, entre el massís de els Encantats i l'estany de Sant Maurici (Bordàs, 1930).²⁷

36

- 18 Centro excursionista Barcelonés. (8 de juny de 1926).** Excursionismo. La Vanguardia, Any XLV(19.438), 16.
- 19 Noticiario. (15 de juliol de 1926).** Canigó, Any I(2), 15.
- 20 Vida deportiva. (25 de maig de 1927).** Excursionismo, Primer concurso de Camping. La Vanguardia, Any XLVI(19.755), 12.
- 21 Noticiario. (15 de juny de 1928).** Canigó, Any III(19), 12.
- 22 Noticias Varias. (9 de maig de 1928).** Club Tramuntana. segunda cupsa excursionista de regularidad. Diario de Barcelona, Any 137(109), 17.
- 23 Excursionismo. (20 d'abril de 1928).** Una manifestación de Camping. La Vanguardia, Any XLVII(20.018), 17.
- 24 Excursionismo. (7 d'abril de 1929).** Manifestación internacional. La Vanguardia, Any XLVIII(20.319), 19.
- 25 Excursionismo. (15 d'abril de 1929).** Centro de Excursionismo de Cataluña. La Vanguardia, Any XLVIII(20.351), 13.
- 26 Excursionismo. (12 de setembre de 1931).** Agrupación excursionista de Cataluña. La Vanguardia, Any L(21.075), 12.
- 27 Filmoteca de Catalunya.** (s.f.). Càmping, Francesc Bordas (1930).

37

En aquest context, espais relacionats amb el cinema van començar a sorgir, promocionant l'excursionisme amb la projecció de pel·lícules en l'Escola de Reportatge del I Concurs Català de Cinematografia d'Aficionats, sota el lema "Catalunya, els esports i l'excursionisme", títols com "Muntanyenques", "Pirinenques", "Càmping a la Vall d'Estos", "La Vall d'Aran" i "C. E. C." van mostrar la bellesa dels paisatges catalans i la pràctica de l'excursionisme.²⁸

Cal destacar també la participació activa de grups de joves excursionistes, entre ells Emilio i José Ardevol, Juan Aliaga, Antonio Gimebrnat i Juan María Riba, els qui van realitzar un campament en les muntanyes de Faches (Cambrils). Aquests van documentar la seva experiència en una pel·lícula que posteriorment es va projectar en el xalet dels senyors de Ardèvol, amb gran èxit entre les famílies dels participants; aquest fet va posar en relleu la importància de la documentació i la difusió de les experiències en el món del càmping.²⁹

Així doncs, el sentit familiar de l'activitat comença a aparèixer en el panorama, tenint en compte que, en aquest mateix any, es va dur a terme el primer càmping educatiu escolar en Boscatge Pearson (Barcelona). Aquesta experiència pionera va permetre als nens gaudir de la natura en un context educatiu, fomentant la companyonia i l'aprenentatge a l'aire lliure.³⁰

Aquesta pràctica de l'excursionisme es va consolidar com a part de l'esfera cultural, integrant-se en un context social de sortides, campaments i diferents perfils de persones que la

realitzaven.³¹ L'any 1930, gràcies al Club Femení d'Esports de Barcelona, en col·laboració amb el Càmping Club de Catalunya, es va organitzar una sortida a Cerdà on principalment dones van experimentar la pràctica del càmping i l'estil de vida que aquesta activitat implicava. Com a complement, a la recerca de millorar la pràctica del càmping comencen a impartir-se conferències sobre tècniques de càmping, com la impartida pel campista de Palestra Don A. Pinyol i Llop.³²

Dins dels beneficis d'aplicar aquesta activitat, es comença a entendre el càmping com una escola d'educació pràctica, destacant els valors de la col·laboració, l'empatia i el civisme³³,³⁴, fins al punt d'arribar a l'establiment de grups escolars per poder realitzar sortides al càmping com a complement de l'educació física a les escoles.³⁵ A aquest fet, es sumen altres experiències d'excursions d'estudis geològics i pràctiques de càmping per a estudiants de l'Ateneu Igualadí de la Classe Obrera a la Calcina i Olesa de Montserrat.³⁶

En aquest mateix context educatiu, apareixen diferents tipus d'excursionistes; alguns joves, fora de la germanor excursionista, mostraven una actitud irrespectuosa amb l'entorn, mentre que uns altres buscaven l'expansió del seu ego a través d'exigències innecessàries. No obstant això, es ressalta la figura de l'excursionista ideal equivalent a aquell que entén els valors del càmping i està interessat “en història natural, geografia, arqueologia, folklore, toponímia, llengua...”,³⁷ és a dir, uns altres joves amb la perspectiva “d'un jovent nou” com relata L. Nicolau d'Olwer, on reflexiona sobre el perfil del jove excursionista amb formació, el caràcter i la identitat que pot aportar a aquesta escola pràctica a la natura.^{38,39}

Gràcies a la continuïtat de la promoció del càmping, el 1933, es consolida el I Campament i Congrés Internacional de Càmping a Anglaterra, el bressol del càmping. El Club Amics del Càmping va participar en aquest esdeveniment exaltant la passió que els representa amb aquest esport.⁴⁰ Aquest grup es va seleccionar gràcies a la delegació del Càmping

Club de Catalunya, a més compartint en el seu retorn les seves experiències i realitzant una mostra de fotografia.⁴¹ Cal esmentar que la Federació Internacional de Clubs de Càmping apareix com un aliat en la història del càmping per a enfortir aquests llaços de germanor internacional.

Altres activitats d'aquell mateix any van ser el IX Campament general de Catalunya al SUNYER del Pla de la Garga⁴² i la conferència del Dr. Bordes sobre “Excursions i càmping pel Pirineu català” sense deixar enrere l'àmbit documental de l'activitat d'acampament⁴³ i ressaltant qualitats de l'excursionisme com un esport sense egoisme i sense derrotes, sent l'únic esport que no té competència, el qual permet que sigui agradable per a tots, així tal com l'esmenten en el butlletí del Centre Excursionista exaltant la següent frase “fer excursionisme és fer pàtria”⁴⁴ atorgant a l'excursionisme valors com la germanor i la solidaritat.

De manera paral·lela a aquests valors, l'excursionisme clarament expressa diversos beneficis humanitzant més el campista i exterioritzant “l'esperit del càmping”, reflectit en la seva prevalença per a un equilibri natural, el desenvolupament de la intel·ligència des del respecte, l'apreciació del valor natural de cada cosa i de cada acte que afina els seus sentits, una combinació perfecta entre l'educació del caràcter i la voluntat efectiva també per als adolescents⁴⁵ que exploren juntament amb les seves famílies aquesta pràctica.

33 Bosch i Vinyals. A. (1 de maig de 1935). La nostra actuació. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any I(2), 2.

34 Busqueta, E. (15 de setembre de 1931). Del excursionismo y la cultura física. Canigó, Any III(19), 8(7-8).

35 Ayuntamiento de Barcelona. (5 de març de 1931). Prácticas de camping. La Vanguardia, Any L(20.914), 9.

36 Información diversa de Cataluña. (26 de març de 1932). Igualada. Diario de Barcelona, Any 141(73), 20.

37 De la revista Excursionisme. (1 de juliol de 1931). Excursionisme amb ideals. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any I(7), 2(2-4).

38 Nicolau d'Olwer, L. (1 de febrer de 1932). Un jovent nou. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any 11(14), 3(3-4).

39 El turismo en el extranjero. (abril de 1928). Picnic y Camping. Barcelona Atracción, Any X(11), 21(20-22).

40 Camping. (28 de maig de 1933). Primer campeonato y congreso internacional. La Vanguardia, Any LII(21.607), 14.

41 Los deportes. (22 de juny de 1933). Ciclismo. Las excursiones que preparan nuestros clubs para sábado y domingo. La Vanguardia, Any LII(21.628), 15.

42 [Centre Excursionista de Terrassa i assessorament del Càmping Club de Catalunya–Organització...]. (1 de juny de 1933). Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any III(30), 7.

43 Atenea-Figuera. (28 de maig de 1933). Excursions i càmping pel Pirineu català. Empordà Federal, Any XVII(835), 5.

44 Agustí, J. (1 de juliol de 1933). Excursionisme, esport de germanor. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any III(31), 3(3-4).

45 Agustí, J. (1 de juliol de 1933). Excursionisme, esport de germanor. Butlletí del Centre Excursionista “Mar i Muntanya”, Any III(31), 3(3-4).

46 Los deportes. (16 de gener de 1936). Camping. La Vanguardia, Any LV(22.417), 11.

47 Los deportes. (10 de juliol de 1935). Vida motorista, para los jóvenes y los optimistas ¡el veraneo! problema laborioso e ingrato; el camping, su sencilla solución. La Vanguardia, Any LIV(22.263), 13.

50 Mémoire Filmique Pyrénées–Méditerranée. (s.f.). Pallars i Ribagorça: impressions d'un càmping (1934). Filmoteca de Catalunya.

51 Gacetillas. (2 d'abril de 1933). El "camping" Feu-lo a Bella Terra. La Vanguardia, Any LII(21.561), 13.

48 Noticias varias. (7 de gener de 1934). Cursos y conferencias. La Vanguardia, Any LIII(21.794), 8.

49 [...promoción de libro escolar y para la juventud “El Camping”...]. (15 de novembre de 1934). La Vanguardia, Any LIII(22.053), 19.

50 Mémoire Filmique Pyrénées–Méditerranée. (s.f.). Pallars i Ribagorça: impressions d'un càmping (1934). Filmoteca de Catalunya.

51 Gacetillas. (2 d'abril de 1933). El "camping" Feu-lo a Bella Terra. La Vanguardia, Any LII(21.561), 13.

Fotografia: Promoció de terrenys per a fer càmping en Bella-Terra (1933).⁵¹

1934 -1935. El "càmping" és la vida a l'aire lliure en la seva forma més senzilla i econòmica: un racó agradable de la verda campanya anglesa, uns arbres robusts, un riu o un llac també, una tenda de campanya, i al voltant de la botiga la família que l'habita, o el grup de tres o quatre amics. I així, en plena natura, dormint a la botiga i preparant-se el menjar ells mateixos, viuen feliços aquelles persones, ja sigui un dia o tot un mes de vacances. [...] El "càmping" pot fer-se a peu, amb bicicleta, amb llanxa, en ferrocarril (vasons càmping), en rulot, en autocar, en automòbil... Tal milionari en el seu magnífic autocar "ad hoc" –lliteres, cuina, gas, bany...– recorre Europa envoltat de confort: càmping (de luxe).^{46,47} Tal va ser la rellevància del càmping i de l'excursionisme que va continuar expandint-se i tecnificant el seu contingut a través de cursos, com el “Pràctiques de Muntanya”, en el qual es van abordar temes com història, geografia descriptiva de Catalunya, coneixements físics i geogràfics, excursionisme i cultura física⁴⁸, etc. Aquests tipus d'iniciatives van continuar des de les escoles amb la promoció del llibre escolar per a la joventut “El càmping”.⁴⁹

Moltes altres eines comencen a emprar-se per a la difusió del càmping: dins d'aquestes, el reportatge de Joan Salvans Piera anomenat “Pallars i Ribagorça: impressions d'un càmping” (1934), en el qual es va narrar una estada en càmping a Pallars i Ribagorça, reflectint el relat de la quotidianitat en un campament desenvolupant activitats de pesca, preparació i cuina, passeig en caiac, escalada i xerrades al voltant d'una fogata.⁵⁰ Unes altres, en canvi, com la promoció en diaris com La Vanguardia que publica terrenys lliures per poder anar de càmping a Bellaterra (Cerdanyola).





Aquest recorregut ha permès entendre com el càmping passa de ser una activitat de temps lliure a professionalitzar-se i associar-se a dinàmiques socials específiques. N'és un bon exemple d'això, el creixement i popularització dels congressos registrats a l'any 1936, amb esdeveniments com el Congrés Càmping Clubs⁵² i el IV Congrés de Càmping, també anomenat “IV Ral·li internacional de Càmping Clubs” amb una assistència de delegacions com l'holandesa, l'alemanya, la francesa, l'anglesa i la catalana. La tria de la delegació catalana com a seu del congrés, va generar una gran satisfacció i orgull català, exaltant l'amor per aquestes manifestacions de la vida esportiva moderna.⁵³

Altres activitats relacionades amb la promoció i internacionalització del càmping es duen a terme durant l'època, com per exemple, el XXXIII Campament social

a Mataró, organitzat per la Secció de Mataró de la Unió Excursionista de Catalunya, replicant el valor i la cultura tradicional d'un campament de primavera (marxa de torxes, foguera de campament, cançons, concurs de rams i flors del bosc, concurs de fotografies, balls populars i sardanes).^{55,56}

Avançant en el temps, el cinema continua sent en una eina de difusió de l'estil de vida dels campistes: des de l'any 1946, els anuncis de la pel·lícula “Un dia de càmping”⁵⁷ comencen a aparèixer en els diaris de Catalunya, convidant les persones a conèixer més sobre aquesta pràctica que amb els dies es posiciona com un atractiu turístic de la regió.

Dos anys després, es va celebrar el I Concurs Nacional de Fotografia d'Acampada,⁵⁸ un esdeveniment que ressaltava la importància de l'acampada com un esport i que diferenciava als veritables "campistes" d'aquells que només passaven la nit a la intempèrie. De la mateixa manera, per tal de fomentar la pràctica de l'acampada a escala internacional, el Centre Excursionista de Catalunya va organitzar una conferència sobre "Els campaments internacionals", en la qual el president de la Federació Internacional de Clubs de Càmping va ser l'encarregat d'impartir, convidant a tots els interessats a participar en aquesta activitat que uneix a persones de tot el món.⁵⁹

Fotografia: Fotografia de la visita dels participants en el IV Congrés Internacional de Càmping al Palau de la Generalitat.⁵⁴

⁵² *Notas de Turismo y de la Sociedad de Atracción de Forasteros. (juliol de 1936).* Movimiento turístico de maig de 1936. Barcelona Atracción, Any XXVI(301), 33(20–22).

⁵³ *Notas de la Generalidad. (3 de juny de 1936).* Del IV Congreso de Camping en Caldas de Montbuy. La Vanguardia, Any LV (22.534), 7.

⁵⁴ *Brangulí. (25 de maig de 1936 - 03 de juny de 1936).* Visita dels participants al IV Congrés Internacional de Càmping al Palau de la Generalitat. [Fotografia]. Arxiu Nacional de Catalunya.

⁵⁵ *Los deportes. (11 de juny de 1936).* Excursionismo. Excursionismo y actos varios. La Vanguardia, Any LV(22.541), 14

⁵⁶ *Los deportes. (17 de juny de 1936).* Varia. Camping. La Vanguardia, Any LV(22.541), 16.

⁵⁷ *Cartelera: Anuncios de proyección de la película “Un día de camping”. (8 d'abril de 1946).* Hoja oficial de lumes, Tercera época(371), 6.

⁵⁸ *Anuncios. (30 de desembre de 1948).* I concurso nacional de fotografía de acampada. Diario de Barcelona, Any 157(311), 17.

⁵⁹ *Los deportes. (17 de març de 1948).* Montañismo. La Vanguardia, Any LXIV(25.434), 10.

⁶⁰ *Foyé, E. (abril de 1928).* Turismo y arte. Las cumbres Pirenaicas de “Els Encantats” y el Lago de San Mauricio. Su interpretación pictórica. Barcelona Atracción, Any XXXII(327), 104(103-105).

⁶¹ *Deportes. (27 de juny de 1951).* Montañismo. Los primeros terrenos de "camping" en España, serán inaugurados esté mes. Diario de Barcelona, Any 160(151), 23.

⁶² *Deportes. (26 de març de 1932).* Excursionismo. El Camping Club de Gracia y su I Campeonato En Coll-Pregon de Montseny. Diario de Barcelona, Any 160(162), 25.

⁶³ *Vida de Barcelona. (19 d'agost de 1951).* Crónica de la jornada. Organizadores del XII Rally Internacional de camping entre nosotros. La Vanguardia, Any LXVII(26.500), 12.

⁶⁴ *Sabat, J. (21 d'agost de 1951).* El XII Rally-Congreso Internacional de Camping en Florencia. España ganó el Gran Premio del mejor conjunto folklórico. La Vanguardia, Any LXVII(26.501), 17.

Fotografia: Camping Cala Llevadó (1950). Vista a la Cala i instal·lació temporal de càmpings, fotografia atorgada pel Càmping Cala Llevadó.

Als anys 50 comença la promoció de la Vall d'Aran com a atractiu lloc de càmping “lloc de múltiples atractius per a muntanyencs i escaladors, en ell es donen cita entusiastes aficionats al càmping i a l'excursionisme en general i també els qui amb un sentiment estimen la natura i es commouen davant les seves magnificències i les seves exquisideses”.⁶⁰

L'any 1951 va marcar un abans i un després per a la pràctica del càmping a Espanya, atès que durant aquell any es van dur a terme una sèrie d'esdeveniments que van impulsar el seu desenvolupament i consolidació com una activitat popular i organitzada. Una fita fonamental va ser la inauguració dels primers terrenys fixos destinats a la instal·lació de càmpings a Espanya. Aquests terrenys, situats al Parc Nacional de la Moixina (Olot), Estany de Banyoles i la Conca (Costa Brava), van proporcionar als campistes espais segurs i adequats per poder gaudir d'aquesta activitat.⁶¹



Amb el pas dels anys, la popularitat del càmping i la creació d'una comunitat d'entusiastes d'aquesta activitat continua i es veu reflectida en activitats com “El Dia de Càmping” organitzat pel Centre Excursionista de Catalunya a la Conca, així com el primer campionat en el Càmping Club de Gràcia a Coll Pregó de Montseny.⁶² De manera paral·lela, el Càmping Club participa en el XII Ral·li Internacional de Càmping.⁶³ En aquest esdeveniment, el Club Basc de càmping guanya el Gran Premi del millor conjunt folklòric.⁶⁴

El Club Excursionista de Gràcia va finalitzar el seu curs de càmping el 1952, consolidant el seu paper com a pioner en la promoció a Espanya. L'experiència i el treball d'aquesta entitat van ser claus per a la difusió del càmping i la formació de nous campistes, exaltant la importància dels col·lectius que van fer precedents històrics per a la consolidació del càmping. En aquest context, “la veterana entitat Club Excursionista de Gràcia, que en el seu historial disposa d'haver realitzat intensament durant molts anys un eficaç treball d'introducció i divulgació del càmping a la regió...”⁶⁵ Dins dels esdeveniments relacionats amb el càmping, en aquesta època es duu a terme el I Ral·li Ibèric de Càmping organitzat pel Centre Excursionista de Catalunya i secundat pel Grup Excursionista i Esportiu Gironí.^{66,67} Aquest es va desenvolupar al Parc de la Devesa, i va comptar amb la participació de clubs portuguesos i europeus.^{68,69}



Principals esdeveniments de la Internacionalització, esdeveniments i promoció

- En aquest context, el desig d'aventurar-se a la natura entre els catalans es va intensificar, amb el suport d'institucions com el Centre Excursionista Barceloní, que va facilitar tendes de campanya per a fomentar aquesta pràctica.
- Les primeres publicacions de sortides i visites van despertar un entusiasme creixent per escapar de la ciutat i submergir-se en la tranquil·litat de la natura.
- L'any 1927, el Primer Concurs de Càmping va promoure aquesta activitat com un complement a l'excursionisme, i el 1929 esdeveniments internacionals van consolidar a Catalunya com un referent en el càmping europeu.
- El cinema i la fotografia també van jugar un paper important a documentar i promoure el càmping a Catalunya i a nivell internacional.
- La dècada de 1930 va veure la integració del càmping en l'educació, amb campaments escolars i sortides organitzades per diversos clubs, promovent valors de col·laboració i respecte per la natura.
- Al llarg dels anys, el càmping va evolucionar des d'una activitat d'oci fins a una pràctica professional i organitzada, contribuint significativament a la vida cultural i social de Catalunya.

⁶⁵ *Deportes*. (26 de març de 1932). Montañismo. Clausura del II Concurso de Camping. Diario de Barcelona, Any 161(209), 24.
⁶⁶ *Excursionismo*. (Setembre de 1952). Del I Rallye Ibérico de Camping. Luz y Guía, Any IX(93), 6.
⁶⁷ *Los deportes*. (2 d'agost de 1952). Montañismo. Después del I Rallye Ibérico de Camping. Después del Rallye Ibérico de Camping, de Gerona. La Vanguardia Española, Any LXVIII(26.797), 15.
⁶⁸ *Los deportes*. (11 de juliol de 1952). Montañismo. Rallye ibérico de camping. La Vanguardia Española, Any XLVIII(26.778), 14.
⁶⁹ *Los deportes*. (23 de juliol de 1952). Ante el I Rallye Ibérico de Camping en Gerona. Hoy llegará la representación portuguesa. La Vanguardia Española, Any XLVIII(26.788), 13.
⁷⁰ *Excursionismo*. (Setembre de 1952). Del I Rallye Ibérico de Camping. Luz y Guía, Any IX(93), 6.

Fotografia: I Ral·li Ibèric de Càmping a la Devesa de Girona.⁷⁰

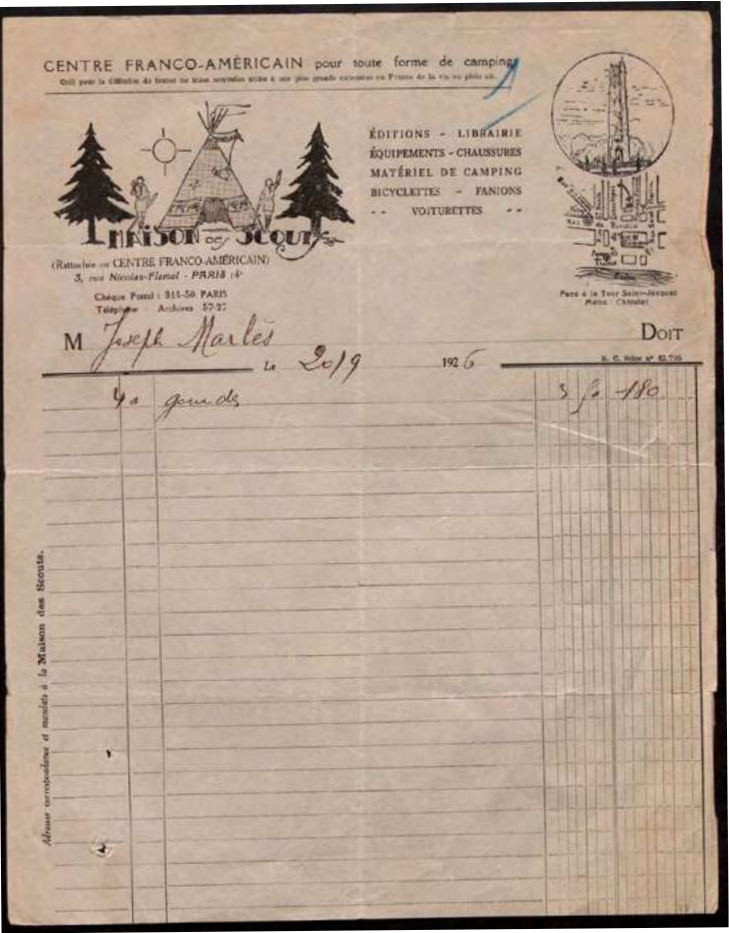
Fotografia: Factures de compra de productes per al càmping (1924 - 1930).⁷¹

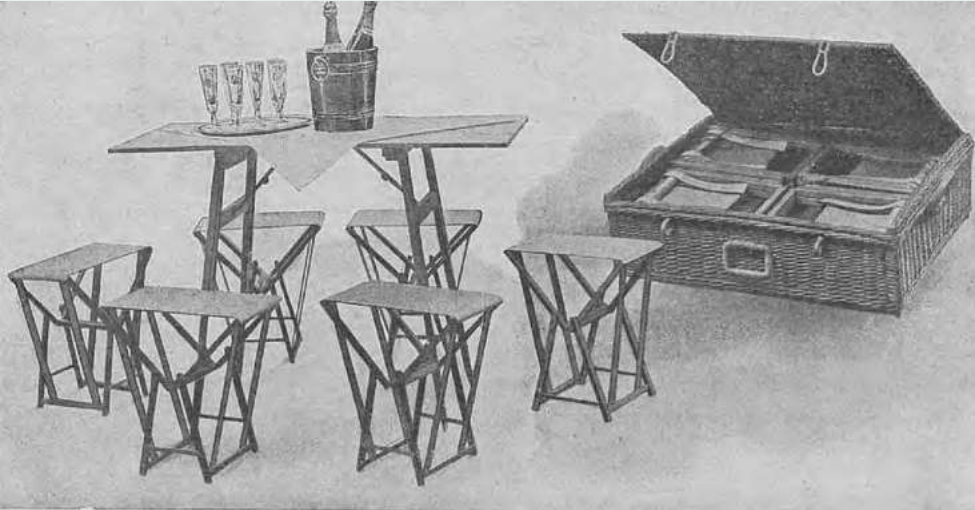
⁷¹ *Macià F.* (1924 - 1930). Factures de restaurants, hotels, d'articles i productes de càmping, d'oficina, d'imprentes, per servei de transports, de grans magatzems, per roba, postals, llibres, guies, mapes. *Arxiu Nacional de Catalunya*.
⁷² *Ventas*. (12 de març de 1931). Fonógrafo Maleta Camping. La Vanguardia, Any L(20.920), 34.
⁷³ [Tienda de playa...infinidad de modelos para camping y playa.] (12 de març de 1931). La Vanguardia, Any LI(21.285), 31.
⁷⁴ *Ventas*. (8 d'abril de 1936). Hornillos para casa y campo. La Vanguardia, Any LV(22.488), 34.

Proveïdors i articles per a càmpings

La popularitat del càmping i de l'excursionisme a Catalunya va generar una nova gamma de productes enmig d'un mercat innovador i versàtil; entre aquests es reconeixen proveïdors francesos qui compraven i transportaven a Catalunya articles de càmping l'any 1926.

Més endavant, amb la consolidació d'una indústria local especial per a articles de càmping, es va enfortir el mercat alemany en el moment de notar aquesta demanda. En aquest panorama, s'identifiquen articles com “el fonògraf”,⁷² tendes, taules (maleta-taula, taula persiana) amb tamborets promocionats per “Magatzems Alemanys” a Barcelona⁷³, introduint anys després la venda de fogons pel càmping “Economcalor”⁷⁴ facilitant les activitats quotidianes de l'acampada.





Fotografíes:

1. Cistella portàtil per a instal·lar un menjador campestre (1928).⁷⁵
2. Anunci publicitari de Fogons per la casa i el camp (1936).⁷⁸
3. Anunci publicitari de "fonògraf maleta" (1931).⁷⁶
4. Anunci publicitari d'articles per al càmping (1931).⁷⁷

⁷⁵ Rubio y Ballvé, M. (abril 1928). Picnic y Camping. Barcelona Atracción, Any XVIII(202), 101(99-102).

⁷⁶ Ventas. (12 de març de 1931). Fonógrafo Maleta Camping. La Vanguardia, Any L(20.920), 34.

⁷⁷ [Tienda de playa...infinidad de modelos para camping y playa.]. (12 de març de 1931). La Vanguardia, Any LI(21.285), 31.

⁷⁸ Ventas. (8 d'abril de 1936). Hornillos para casa y campo. La Vanguardia, Any LV(22.488), 34.

L'any 1932, aquests tipus d'articles i equipaments pel càmping comencen a ser promocionats en diferents esdeveniments com la II Exposició de càmping organitzada pels Amics de Càmping, en la qual es van exhibir articles i accessoris relacionats amb el càmping, ressaltant que les tendes confeccionades per alguns campistes catalans eren d'alta qualitat i de les més adaptables a la topografia i climatologia del territori.⁷⁹

Tanta va ser l'acollida d'aquests productes pel càmping que els centres i clubs excursionistes van buscar la promoció dels equipaments i, amb això, conèixer les tècniques associades al càmping. Amb la finalitat d'aconseguir l'eficiència d'instal·lar el campament permanent, s'instal·len bases de campaments per a l'estiu de juliol a Sant Maurici i amb el suport del prestigiós alpinista txecoslovac Horsky, van realitzar una sèrie de demostracions tècniques sobre el funcionament, la instal·lació i tipus de materials per fer un campament, permetent als curiosos del càmping i als campistes conèixer i recrear la tècnica del càmping amb l'equipament real, sense haver de fer la compra, transport dels elements i muntatge de l'aprovisionament. Aquesta activitat es va realitzar gràcies als socis del Centre Excursionista de Catalunya.⁸⁰

⁷⁹ Vida deportiva. (13 de novembre de 1932). Camping una exposición notable. La Vanguardia, Any LI(21.441), 21.

⁸⁰ Los Deportes. (16 de gener de 1935). Excursionismo. El camping en el Centre Excursionista de Catalunya. La Vanguardia, Any LIV(22.106), 12.

3.

Capítol

*Càmping,
turisme i
negoci, espais
naturals
públics i
privats*

Càmping, turisme i negoci, espais naturals públics i privats.

Temporalitat: 1952-1979

Els càmpings com a negoci: reglamentació, habilitació de terrenys i consolidació de negocis

En aquesta època, el càmping va deixar de ser simplement una activitat recreativa per convertir-se en un negoci que atreia una gran quantitat de turistes de tota Europa. Aquesta expansió va impulsar la necessitat d'una regulació adequada, l'habilitació de terrenys específics per a l'activitat i la consolidació de negocis rendibles en el sector. Donada la necessitat d'establir normatives per als càmpings, l'any 1953, es va crear el Comitè Espanyol de Càmping, un organisme que s'encarregaria de regular i promoure la pràctica del càmping a nivell nacional, sent present en les autoritzacions dels ajuntaments per a la regulació del càmping.⁸¹ Aquest fet va marcar un punt d'inflexió en l'organització i desenvolupament del càmping a Espanya, portant a l'aprovació de la disposició per a la promulgació de la Reglamentació Oficial de Càmping l'any 1954, fent un pas crucial per a la consolidació del càmping com a negoci. Aquesta normativa va establir les bases per a l'organització i el funcionament dels càmpings en tot el territori nacional⁸², la qual cosa permet l'obertura dels primers càmpings reglamentats durant l'any esmentat.⁸³

El càmping, com a activitat mundialment coneguda, va impulsar als organismes rectors de l'esport nacional a considerar detingudament els problemes plantejats, amb la finalitat de regular aquesta activitat i assegurar que el seu desenvolupament futur no impliqués cap perjudici per a les tradicionals costums. En el Butlletí Oficial de la Província de Girona de l'any 1954, s'anuncien totes les normes establertes pel Comitè Espanyol de Càmping,^{84,85} “oficialment s'ha establert el reglament oficial del càmping i les seves degudes normes oficials d'obligatori compliment”.^{86,87,88}

Després de la publicació de la normativa relativa a la legalització de terrenys de càmpings, es van generar constants peticions per establir càmpings en diferents zones geogràfiques de Catalunya, ressaltant l'interès col·lectiu d'aportar a l'economia rural i local. Aquest fet va permetre que molts terrenys privats i públics fossin cedits per a l'aprovació de projectes i habilitació de terrenys oficials de càmping, com al Parc municipal de la Devesa.^{89,90}

Els inicis del càmping com a negoci es troben documentats en els mitjans de comunicació de l'època i posteriors. Relaten la història del possible pioner d'aquesta activitat, no només a Catalunya, sinó a tota Espanya. El primer registre es troba

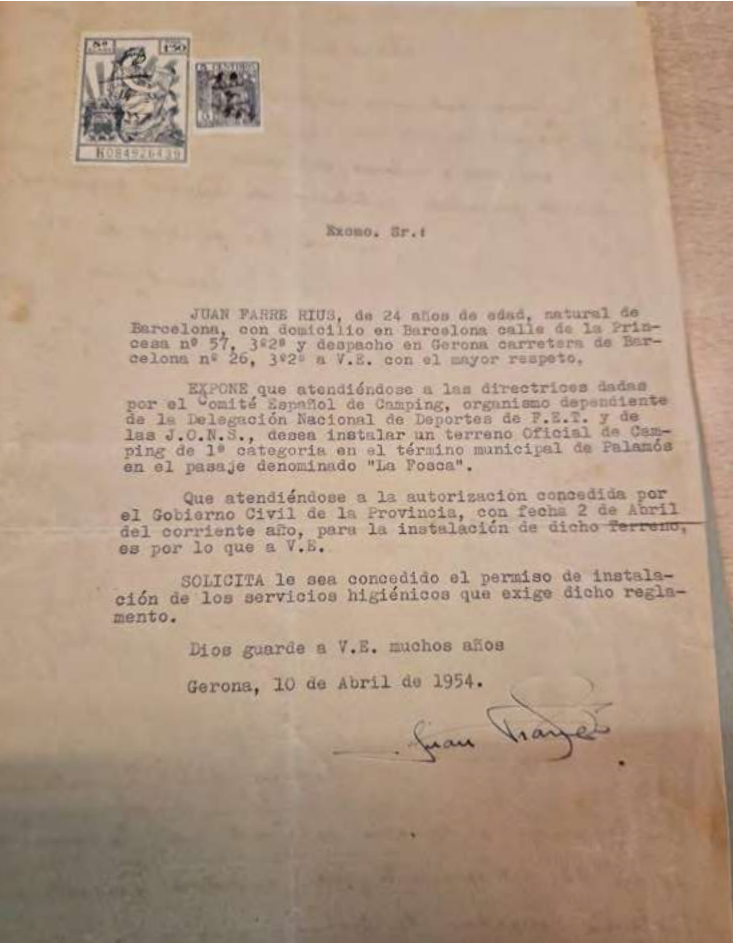
Paraules clau: Terrenys per a l'acampada, esdeveniments entorn del càmping, reglamentació i normatives, turisme, imatge i branding.

81 Reunión de la Comisión Permanente. (1 d'octubre de 1953). Ancora, 2.
82 Los Deportes. (8 de setembre de 1953). El organismo rector del Camping en España ha quedado oficialmente constituido. La Vanguardia, Any LXIX(27.139), 18.
83 Martín, M. (26 d'octubre de 1962). 1.200.000 turistas acampan anualmente en España. La Vanguardia Española, Any LXXVIII(29.981), 27.
84 Mazo, L. (6 d'abril de 1954). Gobierno Civil. Circular. Boletín Oficial de la provincia de Gerona, (41), (263-266).
85 Molinero, C. (10 de desembre de 1964). Balance de una próspera temporada turística. Cinco millones de estancias durante 1964 en los campings españoles. La Vanguardia Española, Any LXXX(30.642), 43.
86 Deportes. (3 de novembre de 1953). Camping. La nueva reglamentación nacional de acampada, entrará en vigor el día primero de enero próximo. Diario de Barcelona, Any 162(262).
87 Panorama deportivo. (18 de febrer de 1954). Reglamentación oficial del camping. Normas oficiales de obligatorio cumplimiento en todo el territorio español a partir de 1º de enero de 1954. Ancora, Any VII(321), 4.
88 Reunión de la Comisión Permanente. (11 de març de 1954). Ancora, Any VII(324), 2.
89 Ayuntamientos. (29 de novembre de 1955). Boletín Oficial de la provincia de Gerona, (143), 1139.
90 Ayuntamientos. (8 desembre de 1956). Boletín Oficial de la provincia de Gerona, (147), 1092.

Fotografia: Registre del primer càmping “La Fosca” (1954). Fotografia presa del document original que reposa a l'Arxiu Històric de Girona.

en una entrevista del diari independent de l'Empordà Hora Nova, sent Lluís Vilà el propietari del càmping “La Fresca” a Figueres. Relata que va ser el primer a introduir el concepte del càmping com a negoci a Espanya, formalitzant el càmping amb un permís municipal, ja que el 1952 encara no existia una legislació específica pels càmpings com a establiments en el sector turístic. Vilà esmenta que els primers clients d'aquest càmping van ser estrangers: un ciclista, un autocar i un cotxe, en el qual viatjava un pintor danès i la seva esposa alemanya.⁹¹ A més, relata que, paral·lelament, es va constituir el càmping La Fosca a Palamós, sent aquest el primer a registrar-se, situat a prop del càmping La Fresca.

"El càmping ha deixat de ser simplement una activitat recreativa per convertir-se en un negoci que atreu una gran quantitat de turistes de tota Europa".



Una segona versió sobre l'origen del càmping com a negoci seria la següent: el càmping La Fosca va ser el primer a crear-se⁹³ a l'any 1953,⁹⁴ sent Joan Farré el seu propietari qui va arrendar una pineda al seu veí Rafael Oliu de Palamós per un import anual de 3.000 pessetes. El contracte d'arrendament incloïa l'autorització per a obrir un pou i l'obligació de cuidar la zona forestal del terreny. L'estiu de 1954, segons la notícia, Farré va inaugurar el seu terreny d'acampada, equipat amb dutxes, sanitaris i un petit lloc on es venien productes alimentaris bàsics.⁹⁵ S'esmenta, finalment, que el Càmping Costa Brava de Sant Antoni de Calonge es constitueix el 1953,⁹⁶ però és registrat oficialment l'any 1957,^{97,98} i que el Càmping Salou va ser el primer assentament d'aquest tipus en el municipi.⁹⁹



Fotografies:
1. Entrada del Càmping Costa Brava costat superior esquerre (1950), i en l'actualitat a baix (2009), Cala Llevadó costat superior dret (1960).¹⁰⁰
2. Entrada Càmping Sitges (1955). Fotografia atorgada pel Càmping Sitges.

- 93 Estartús, A. (26 de juny de 2009). Líders en qualitat. La Vanguardia Girona, 3.
- 94 El camping más antiguo de España, ubicado en Calonge, recibe una insignia. (19 d'abril de 2017). La Vanguardia.
- 95 López, A. (21 de juliol de 2004). Tricornios y bikinis. El primer camping de España, en Palamós, celebra el 50 aniversario. La Vanguardia, Vivir, 6.
- 96 Corón, A. (19 juny de 2017). Camping Costa Brava, 45 años disfrutando del verano. Via Empresa.
- 97 Valls, A. (23 de juny de 2009). Pioners i líders en càmpings. Un sector en transformació. La Vanguardia, 32(32-33).
- 98 Estartús, A. (26 de juny de 2009). Càmpings pioners. La Vanguardia Girona, 2(1-3).
- 99 Martín, X & Martínez, A. (2020). Arquitecturas del turismo informal. El habitar lúdico en la naturaleza. Ediciones asimétricas. ISBN 978-84-17905-39-2.
- 100 Estartús A. (26 de juny de 2009). Càmpings pioners. La Vanguardia Girona, 2(1-3).

Fotografies: Càmping Roca Grossa carpes i família (1956). Tendes i parcel·les, vida familiar al Càmping Roca Grossa. Fotografies atorgades per l'arxiu del Càmping Roca Grossa.

- 101 Reunión de la Comisión Permanente. (5 de juliol de 1956). Extracto. Ancora, Any IX(441), 3.
- 102 Dietario. (9 d'agost de 1956). Ancora, Any IX(445), 4.
- 103 Extracto de los acuerdos adoptados en sesión de la c. m. permanente el día 28 de setembre de 1956. (18 d'octubre de 1956). Ancora Any IX (455), 4.
- 104 Dietario. (10 de maig de 1956). Inauguración del camping de Pinell. Ancora , Any IX (433), 4.
- 105 Portalet. (8 de maig de 1980). La ciudad ayer. Ancora , Any XXXIII (1.658), 7.
- 106 Vida Local. (19 de novembre de 1952). Inauguración del camping Bahía de Rosas. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S. , Any XV (714), 7.
- 107 J. G. (13 de juny de 1956). Inauguración del camping Bahía de Rosas. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S. , Any XV (715), 4.
- 108 Giral, E. (14 d'agost de 2005). Turistas y fieles. He encontrado la paz; de aquí no me muevo. La Vanguardia. Vivir en Verano, 2.
- 109 Reunión de la Comisión Permanente. (3 de maig de 1956). Ancora, Any IX(432), 4.
- 110 Reproducción de disposiciones del Estado. (28 de febrer de 1957). Ministerio de información y turismo. Decreto de 14 de desembre de 1956 por el que se reglamentan los campamentos de turismo. Boletín Oficial de la provincia de Gerona, (26), 185.

Durant el 1956, es van fer diverses sol·licituds per a instal·lar terrenys de càmping.^{101,102,103} En aquest mateix any, es van inaugurar el Càmping de Pinell^{104,105} i el Càmping Badia de Roses.^{106,107} Entre altres establiments de càmpings, en una nota de premsa s'esmenta que el Càmping Els Alfacs va ser un dels primers càmpings de la Costa Daurada (va obrir l'any 1956), ressaltant la fidelitat de la clientela amb un ambient familiar, passant de generació a generació aquest lloc d'estiueig. Tot gràcies a la direcció del negoci de la mare de Mario Giani, qui va ser posteriorment el director, la qual cosa va permetre que el càmping tingués un creixement exponencial.¹⁰⁸

No tots aquells que van presentar peticions van tenir èxit, atès que el Reglament oficial del Càmping exigia una sèrie de requisits com la gestió de les aigües residuals, excretes i escombraries del càmping. Algunes de les sol·licituds van ser molt revisades per temes tècnics com la d'instal·lar un Càmping Internacional.¹⁰⁹

L'any 1956, el Ministeri d'Informació i Turisme va promulgar un decret que va reglamentar els càmpings¹¹⁰ i, alhora, va reconèixer el potencial del càmping per tal de fomentar el turisme i ampliar la seva accessibilitat a diversos sectors de la població. Es va esmentar que aquesta activitat generava un moviment econòmic considerable i atreia turistes internacionals “des del punt de vista nacional, l'al·ludida activitat ocasiona, doncs, una circulació monetària i un moviment en la riquesa d'innegable interès, i des de l'exterior fa possible corrents turístics internacionals, els quals no existirien amb un altre fons”.





Un any abans, es comença la construcció del reconegut Càmping La Ballena Alegre 3, dissenyat pel prestigiós arquitecte Francesc Mitjans Miró^{116,117}, conegut per altres construccions com el Camp Nou, l'estadi del Futbol Club Barcelona i el Real Club Nàutic de Barcelona. Aquest càmping va obrir les portes l'any 1963, situant-se en un petit poble de Viladecans, a prop de Barcelona, on gradualment es van sumar altres càmpings en la zona de l'autovia com El Tres Estrelles, el Toro Bravo, Albatros i La Tortuga Lleugera¹¹⁸, prenent una estratègia conjunta de promoció relacionada amb els animals com a imatge d'aquests càmpings.

El registre de càmpings autoritzats en aquella data augmentava a un total de set, però ja s'havien presentat més sol·licituds per a altres càmpings, per començar a construir-los la primavera del 1957.¹¹² En aquest mateix any, amb la finalitat de garantir la qualitat i seguretat dels campaments, els Ministeris de la Governació i Informació i Turisme van publicar una ordre conjunta que establia les normes tècniques que havien de complir, tenint en compte aspectes com la ubicació, la superfície, les instal·lacions i els serveis dels campaments.^{113,114}

El 1959 es va fundar el Càmping Cala Llevadó (Tossa de Mar) per part de Tomàs Collado Aromir. En els seus inicis, només oferia terrenys i tranquil·litat, sense ombra i infraestructura adequada.¹¹⁵

Fotografia: Registre fotogràfic del cobert del bar Càmping Sant Adrià (1958-1962).¹¹¹

- 111 Càmping Sant Adrià. (1958-1962).** Calle i cobert del bar del Càmping Sant Adrià. [Fotografia]. Arxiu Municipal de Sant Adrià de Besòs.
- 112 Notas de la región. (12 de desembre de 1956).** Se prepara ya la campaña veraniega 1957. La Vanguardia Española, Any LXXII(28.155), 19.
- 113 Normas para la instalación de "Campings". (20 de juliol de 1957).** ¡Arriba España!: semanario de Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S., Any XIX(938), 8.
- 114 Vida de Barcelona. (14 de febrer de 1958).** Crónica de la jornada. Reglamentación del camping. La Vanguardia Española, Any LXXIV(28.520), 13.
- 115 Estartús, A. (26 de juny de 2009).** Càmpings pioners. La Vanguardia Girona, 2(1-3).
- 116 Llobet i Ribeiro, X. (s.f.).** Càmping La Ballena Alegre. Centre Obert d'Arquitectura.
- 117 Cuadernos de Arquitectura. (s.f.).** Camping La Ballena Alegre. Arquitecto: F. Mitjans Miró. Revistes Catalanes amb Accés Obert RACO.
- 118 Miquel, D. (26 de juliol de 1997).** Gavà Beach. La ciudad cambiará sus vetustos campings de costa por un barrio de primera. La Vanguardia, 1.

Fotografia: Plans del projecte d'instal·lació del Càmping La Ballena Alegre a la Murtra (1958). Fotografia presa del document original atorgat per l'arxiu del Càmping la Ballena Alegre.



Fotografia: Arts de mostra de Marques de La Ballena Alegre i La Tortuga Lligera (60's). Fotografia presa del document original atorgat per l'arxiu del Càmping la Ballena Alegre.



Fotografies: Famílies i amics fent acampada en Càmping Cala Llevadó. Fotografia atorgada pel Càmping Cala Llevadó. (1959).



L'any 1960 es va celebrar la inauguració del Càmping a Port-Lligat (Cadaqués),¹¹⁹ marcant el començament d'una dècada en la qual els càmpings de Catalunya anaven a ser reconeguts com els millors d'Europa¹²⁰ i registrant un augment significatiu en l'obertura de nous càmpings en tot el territori: entre aquests, hi trobem el Càmping Club Polynésie a Roses, amb seu a París (1957)¹²¹ i el Càmping a la finca Pineda de la Torre a Calonge (1961).¹²² Paral·lelament, es presenta l'any 1962 un projecte d'instal·lació d'un campament públic de turisme a "Ca Pi", anomenat Càmping Santa Cristina¹²³ permetent un acolliment de més visitants en les poblacions. També s'instal·len altres càmpings, com el Càmping Delfin Verde a Torroella de Montgrí (1962) i l'any 1963 el Càmping Valldaro a Platja d'Aro.¹²⁴



Fotografia: Terrenys del Càmping Salatà (1960). Tendes i vehicle en terrenys del Càmping Salatà. Fotografia atorgada per l'Associació de Càmpings de Girona.

- 119 30 días y 30 noches. (1 de juliol de 1970).** Camping en Cadaqués. Canigó, Any VII(77), 43.
- 120 Crónicas, informaciones y comentarios. (27 de març de 1960).** La capital al día. Los campings españoles son los mejores de Europa. La Vanguardia Española, Any LXXVI(29.178), 11.
- 121 Una simpática fiesta en el camping del Club Polynésie, en Montjoy. (17 de juliol de 1957).** Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de J.O.N.S., Any XVI(770), 6.
- 122 Dietario. (23 de març de 1961).** Àncora, Any XIV(675), 4.
- 123 Ayuntamiento de Santa Cristina de Aro. (5 de maig de 1962).** Boletín Oficial de la provincia de Gerona, (54), 426.
- 124 Un sector en transformació. (23 de juny de 2009).** La Vanguardia. Un futur per a la Costa Brava, 34(33-34).

Fotografia: Parc del Càmping Valldaro (1960). Fotografia atorgada per l'Associació de Càmpings de Girona.

Fotografia: Tenda instal·lada en el Càmping Calonge (1960). Tendes i vehicle en terrenys del Càmping Calonge. Fotografia atorgada per l'Associació de Càmpings de Girona.

- 125 Olimpia construcciones deportivas. (10 de setembre de 1961).** La Vanguardia Española, Any LXXVII(29.631), 32.
- 126 Hora d'Estiu. (5-12 de setembre de 1984).** La Fresca de Figueres, el primer camping d'Espanya. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (378), 11.
- 127 Una simpática fiesta en el camping del Club Polynésie, en Montjoy. (17 de juliol de 1957).** Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de J.O.N.S., Any XVI(770), 6.
- 128 Camping Riells. (1963).** Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa]. (III), 11.
- 129 Recuerdos de verano. (19 de desembre de 1962).** Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXI(1.042), 12.
- 130 El turismo y la Costa Brava. (25 d'abril de 1963).** Àncora, Any XVI(780), 25(24-25).

Fotografia: Vista panoràmica de Càmping Lloret Blau (1960). Tendes i vehicle en terrenys del Càmping Lloret Blau. Fotografia atorgada per l'Associació de Càmpings de Girona.



Des del 1961, els càmpings es van focalitzar en la millora de les seves instal·lacions equipant els espais per poder oferir una millor experiència als seus visitants, afegint als terrenys espais esportius i de recreació com piscines¹²⁵ i restaurants.^{126,127} És el cas del Càmping Riells, destacat per les seves modernes instal·lacions amb tots els serveis.¹²⁸

El càmping, en general, comença a oferir serveis com aigua potable, dutxes,¹²⁹ subministrament de comestibles, aparcament de cotxes, etc., destacant l'estalvi que comporta anar a fer càmping, tal com s'indica en l'article “El turisme i la Costa Brava” de la revista “Àncora”: “per als qui no disposen d'un dilatat pressupost o tenen preferències per la vida a l'aire lliure, el càmping és un lloc ideal per a consumir els períodes de les vacances”.¹³⁰

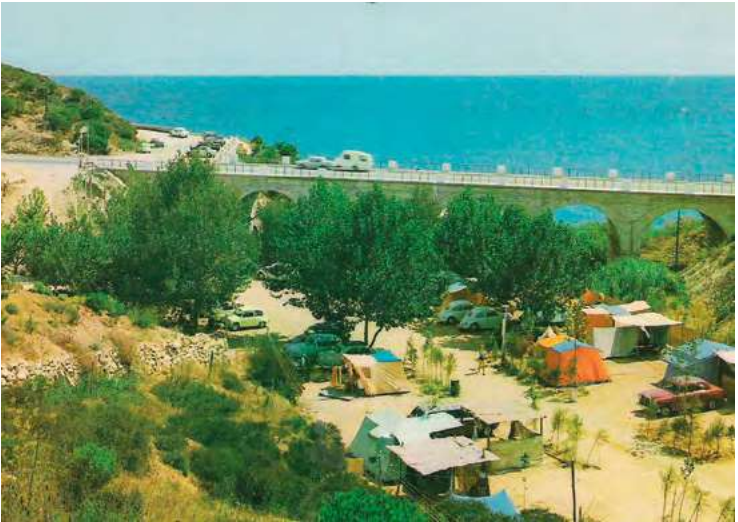


Fotografies:
1. Càmping El Port de la Selva (1960-1965).¹³¹
Vista parcial del càmping
2. Càmping El Barret (1960-1970).¹³²
Vista aèria de l'allotjament de Banyoles i de les instal·lacions.

131 El Port de la Selva, vista parcial del càmping. (1960-1965). [postal]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.
132 Martí i Salló. IL.(1960-1970). Vista aèria de l'estany de Banyoles i de les instal·lacions del càmping El Sombrero. [postal]. Arxiu Comarcal del Pla de l'Estany.

Fotografies: Instal·lacions del Càmping Cala Llevadó (1961)
1. Càmping
2. Vista general del càmping
3. Zona de descans.
Tendes i vehicle en terrenys del Cala Llevadó. Fotografia atorgada pel Càmping Cala Llevadó.

Fotografies:
Càmping Roca Grossa (1960-1969).
1. Vista general d'un càmping
2. Vista panoràmica del càmping
3. Família fent càmping
4. Persona descansant en el càmping.
Activitats i acampada en terrenys del Càmping Roca Grossa. Fotografies atorgades pel Càmping Roca Grossa.



Taula dels càmpings en el sector Costa Brava i sector d’interior Gironès. Detall, ubicació i capacitat d’acollida (1961)^{133,134} i (1964).¹³⁵

ZONA	CÀMPING	UBICACIÓ	CAPACITAT
Sector Costa Brava, de Port-Bou a L’Escala			
Colera 1964	Càmping Garbet	Platja de Garbet	10 tendes
Colera	Càmping San Miquel (2da cat.)		212 campistes
Llançà	Càmping Llançà	La Ribera	120 campistes
Port de la Selva	Càmping L'Arola	A 600 metres de la població, a prop del mar.	25 tendes
Cadaqués	Càmping Port-Lligat	Pròxim a la cala de Port-Lligat.	320 campistes
Roses	Càmping Montjoi	Platja de Montjoi	300 campistes
	Càmping Bahia de Roses	A prop de la població de Roses.	200 campistes
	Càmping Salatà	Roses	320 campistes
	Càmping La Fresca	A prop del poble	320 campistes
L’Escala	Càmping Montgó	L’Escala	200 campistes
	Càmping Riells	L’Escala	480 campistes
	Càmping Les Muralles	L’Escala (Rec del Molí)	200 campistes
	Càmping l'Escala	L’Escala	No registra
Sector interior			
Figueres	Càmping Pous (2ª categoria)	A prop de la ctr. gral. Madrid a La Jonquera	240 campistes
	Càmping La Fresca	Figueres, a prop de la ctr. gral. Madrid- França	200 campistes
St. Pere Pescador 1962	Càmping Àmfora Càmping la Gaviota (2ª cat.)	Sant Pere Pescador Sant Pere Pescador	400 campistes 200 campistes
St. Pere Pescador 1964	Càmping El Riu (1ª categoria)		308 campistes

133 Relación de instalaciones de Camping. (1961). Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa], (III), (25-27).

134 Relación de instalaciones de Camping. Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa], (III), 23.

135 Noticiario Turístico. (1 d'abril de 1964). Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXIII(1.106).

Fotografies:
1. Càmping Sitges (1960). Tendes en terreny del Càmping Sitges. Fotografia atorgada per Càmping Sitges.
2. Camping St. Pere Pescador (1961).¹³⁶
3,4,5. Càmping Trillas (1961). Acampada en el Càmping Trillas. Fotografia atorgada pel Càmping Trillas.



136 Sant Pere Pescador "Camping San Pedro. La arena de oro del Ática Ibérica". (1961). [Fotografía]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.



Fotografies:
1. Càmping Clara (1962). Vehicle en instal·lacions. Fotografia atorgada pel Càmping Clara.
2,3. Entrada i bar del Càmping Globo Rojo (1962). Fotografia atorgada por el Càmping Globo Rojo.

Fotografies:
Càmping La Noria (1962)
1. Aparcament del Càmping.
2. Família en cotxe.
3. Vista Càmping.
4. Vista entrada del Càmping.
Fotografies atorgades pel Càmping La Noria.





Fotografies:
Càmping Bella Terra (1962).
1. Bar Restaurant.
2. Família acampada.
Fotografia atorgada pel Càmping
Bella Terra.



Fotografies:
1. Càmping Clara (1963). Família al
càmping Clara. Fotografia atorgada
pel Càmping Clara.
2. Càmping La Noria Entrada
(1963). Vista entrada del Càmping
La Noria. Fotografia atorgada pel
Càmping La Noria.

Fotografies:
Càmping Globo Rojo (1963).
1. Zona de descans.
2. Entrada càmping.



Fotografies:
Càmping Bon Repòs (1963).
1. Recepció.
2. Vista general del càmping.
Fotografies atorgades pel Càmping
Bon Repòs.



Durant aquests anys, Catalunya va adquirint un creixement exponencial gràcies a les normatives i l'impuls del turisme. A més, es va convertir en un referent nacional, recordant que els primers càmpings van ubicar-se a Figueres¹³⁷, Sitges, Cadaqués i Malgrat¹³⁸, incloent la instal·lació del càmping Les Tries el 1964.¹³⁹

Un cas especial que convé ressaltar va ser el de la comarca del Solsonès a Lleida, la qual l'any 1964 va prendre àmplies mesures per al foment dels recursos turístics, invertint en la construcció d'un parador de turisme a la ciutat de Solsona amb una piscina coberta i l'aplicació d'una avinguda de 30 metres d'ample i 800 metres de longitud, juntament amb un càmping de capacitat per a 100 tendes de campanya.¹⁴⁰

En aquesta mateixa dècada, els càmpings van començar a posicionar-se i captar l'interès d'inversors i ajuntaments, generant estratègies de col·laboració entre el sector públic i privat per a obtenir guanys conjunts i augmentar el turisme. En aquesta línia es troba la institucionalització dels càmpings i l'acció pública de generació de comunicats als propietaris, com els dirigits a garantir l'accés a l'aigua potable en les instal·lacions de càmping.¹⁴¹

En el 1965, més de la meitat de càmpings de tota Espanya estaven situats a Catalunya. Concretament, el territori català disposava de 178 càmpings dels 327 existents en tota la península. Pel que fa a places, disposava 63.237 de les 112.094 que constituïen la totalitat de les disponibles, és a dir, que gaudia de més capacitat que la resta de les províncies juntes.

Els establiments en qüestió estaven distribuïts de la següent manera:

Establiment de Càmpings i places a Catalunya 1965 ¹⁴²		
COMARCA	CÀMPINGS	CAPACITAT 1965
Barcelona	61	25.546 places
Girona	62	20.099 allotjaments
Tarragona	44	15.458 places
Lleida	7	1.770 persones

¹³⁷ *Hora d'Estiu. (5-12 de setembre de 1984)*. La Fresca de Figueres, el primer camping d'Espanya. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (378), 11.

¹³⁸ *Más de la mitad de los trescientos doce campings que hay en España están situados en Cataluña. (25 d'agost de 1965)*. La Vanguardia Española, Any LXXXI(30.861), 15.

¹³⁹ *Noticiario de Cataluña. (6 de març de 1964)*.Camping de Las Trias. La Vanguardia Española, Any LXXX(30.404), 29.

¹⁴⁰ *Noticiario de Cataluña. (12 d'abril de 1964)*. Solsona: Amplias medidas para el fomento de los recursos turísticos de la comarca . La Vanguardia Española, Any LXXX(30.435), 25.

¹⁴¹ *Sesión del Ayuntamiento. (2 de juny de 1965)*.De interés para los propietarios de Campings. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXIV(1.164), 5.

¹⁴² *Más de la mitad de los trescientos doce campings que hay en España están situados en Cataluña. (25 d'agost de 1965)*. La Vanguardia Española, Any LXXXI(30.861), 15.

Fotografia: Vista pàrquing al Càmping Clara (1964). Registre fotogràfic aportat pel Càmping Clara.

Amb la creixent popularitat del càmping, l'any 1967, a Estartit s'instal·la el càmping Cypsela (1967)^{143,144} i el Càmping Bona Festa (1969) anomenat posteriorment l'any 1985 “Les Medes”.¹⁴⁵ A Sant Feliu de Guíxols, s'inaugura el Càmping Sant Pol instal·lat el 1968.¹⁴⁶ L'expansió no sols es va dur a terme en zones costaneres, sinó que també va ser notable en llocs com Banyoles amb l'obertura d'un nou càmping al costat del llac (1969).¹⁴⁷

En aquest context, el 1968, Barcelona va registrar un augment en el nombre de places arribant a 120.000 places distribuïdes en 170 càmpings.¹⁴⁸

L'expansió del càmping a Catalunya es trobava en creixement a l'arribada dels anys 70. En aquest moment, Espanya comptava al voltant de 400 terrenys de Càmping-Caravàning, que eren reconeguts per les seves excel·lents instal·lacions.¹⁴⁹ Es continua l'obertura de càmpings i per la millora de serveis, buscant la qualitat i el prestigi. Un d'aquests va ser el Càmping Platja Barà fundat l'any 1970, situat al municipi de Roda de Barà, Tarragona. Es va establir davant de l'Arc de Barà, declarat monument nacional el 1926, ambientant el càmping amb elements romans.¹⁵⁰





Fotografies:
Càmping Cala Llevadó (1964).
1. Vista piscina.
2. Vista cotxes i càmping Cala Llevadó.
3. Postal art Càmping Cala Llevadó.
Fotografies atorgades pel Càmping Cala Llevadó.



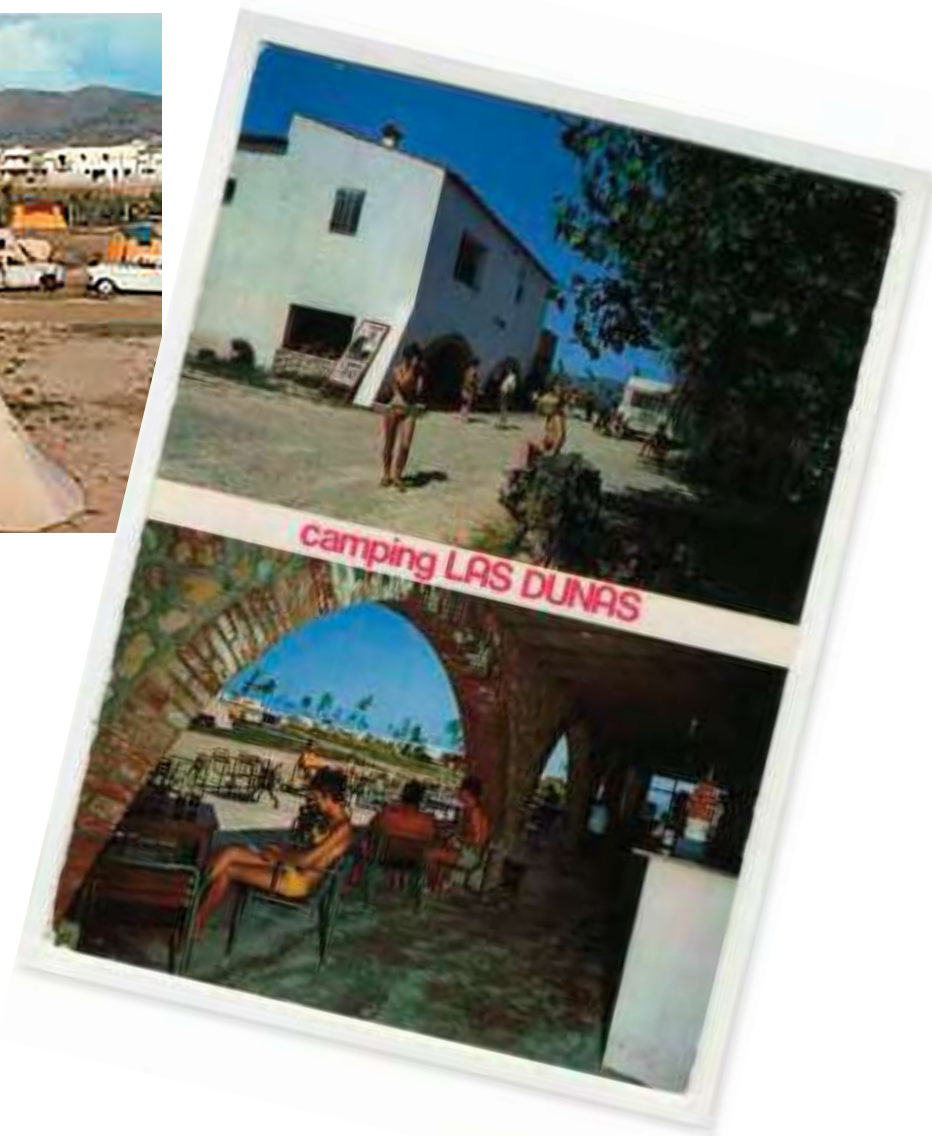
Fotografies:
1. Logo Càmping Cala Gogo (1963)
Logo il·lustrat del Càmping Cala Gogó Calonge, caravàning. Fotografia atorgada pel Càmping.
2. Càmping Estanyet (1964). Càmping instal·lat. Fotografia atorgada pel Càmping.
3. Càmping Lloret Blau (1964). Vista del terreny de càmping. Fotografia atorgada pel Càmping Lloret Blau.
4. Càmping Montjoi (1965). Vista del terreny de càmping i cala. Fotografia atorgada pel Càmping.



Fotografies:
Càmping la Ballena Alegre (1965).
1. Vista bugaderia.
2. Vista del restaurant, dones.
3. Vista àrea del terreny del càmping.
4. Restaurant.
5. Bugaderia.
Fotografies atorgades pel Càmping
Cala Llevadó.



Fotografies:
1, 2. Càmping Cypsela (1967).
Entrada del càmping.
Tendes, cotxe i família.
Fotografia atorgada pel Càmping.
3. Càmping Clara (1966).
Entrada del càmping.
Fotografia atorgada pel Càmping
Clara.
4. Càmping La Noria (1967).
Cotxes.
Fotografia atorgada pel Càmping.



Fotografies:
1. Registre fotogràfic de Càmping Roses. "El Càmping El Salatar, al costat de la nova urbanització" (1970).¹⁵¹
2. Postals de Sant Pere Pescador del "Càmping Las Dunas" (1971).¹⁵²

¹⁵¹ Ubach Puig. (1965-1970). Roses: "El Camping El Salatar, junto a la nueva urbanización".[Fotografía]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.
¹⁵² Targeta postal publicitària del Càmping "Las Dunas" (1971). [Postales]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.

Fotografies:
Càmping Cala Gogó (1970).
1. Nen tombat al sol a la platja del Càmping Cala Gogó.
2. Tenda amb família compartint les instal·lacions del Càmping. Fotografies aportades pel càmping.

¹⁵³ *Negociado de Espectáculos* (1970). Documento aportado por la Ballena Alegre. Gobierno Civil de la Provincia de Barcelona.
¹⁵⁴ *Información de Barcelona*. (15 de maig de 1971). La ciudad día a día. Camping-caravanning. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.640), 29.
¹⁵⁵ *Auge del Camping-Caravanning en nuestra región*. (5 d'octubre de 1973). La Vanguardia Española, Any LXXXIX(33.383), 35.
¹⁵⁶ *Una oferta a nivell europeu i competitiva*. (23 de juny de 2009). La Vanguardia, 33(33-34).
¹⁵⁷ *Gerona: todos los accesos a la costa brava estarán terminados en 3 años*. (29 de juny de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.678), 5(5-6).

D'altra banda, en referència als serveis complementaris als càmpings, en aquest inici de dècada, el Càmping La Ballena Alegre va instal·lar el “Saló Te-Ball” i “Discoteque Jonas”, oferint insonorització, farmaciola i adequació per a música mecànica que permet l'actuació de grups musicals.¹⁵³ El 1971 va ser un any de gran importància per a la història del càmping a Catalunya, ja que el càmping La Ballena Alegre va ser reconegut com el millor d'Europa pel Càmping Caravàning Group en el Parlament Britànic, destacant la qualitat de les instal·lacions i la ubicació estratègica de la regió.¹⁵⁴

Amb a l'auge del Caravàning Càmping Tamarit, Altafulla, Barcelona i la seva província també experimenten un augment en l'afició pel càmping i caravàning gràcies a concentracions. L'última d'aquestes va tenir lloc al Càmping Tamarit d'Altafulla, amb 63 caravanes, la reunió més gran de rulots espanyoles fins a l'actualitat i on les famílies van gaudir d'activitats culturals (visita turística a Tarragona, jocs infantils, concursos de petanca, gimcanes, etc.).¹⁵⁵

De la mateixa manera, la visita del ministre d'Informació i Turisme, el Sr. Sánchez Bella, a la Costa Brava va confirmar l'interès del govern per desenvolupar el potencial turístic de la zona. "Cala Gogó", un càmping de luxe, creat l'any 1962¹⁵⁶ amb capacitat per a 2.000 places, va ser un exemple de l'aposta per la innovació i la qualitat en el sector.¹⁵⁷





Fotografies:
1. Càmping Port de la Vall (1970).
Vista de la platja i el càmping de
Port de Vall. Fotografia aportada
pel càmping.
2. Càmping Laguna (1970).
Vista platja i parcel·les. Fotografia
atorgada pel Càmping Laguna.

Fotografies:
1, 2, 3 Càmping Begur (1970).
· Vista instal·lacions.
· Vista aèria entrada.
· Vista zones de descans.
Fotografies atorgades pel Càmping.
4. Càmping Sangulí (1970).
Entrada.
Fotografies atorgades pel Càmping.



L'any 1972, el càmpings s'havia convertit en un fenomen turístic. En aquest moment, Espanya comptava amb 470 càmpings i 250.000 places, la qual cosa implicava un creixement exponencial des de les 39 instal·lacions del 1958. El 90% dels càmpings es concentraven en el litoral mediterrani, atrets pel sol i la platja.^{158,159}

La província de Girona, situada en primera posició, disposava de 96 càmpings i gairebé 53.000 places, seguida per Tarragona amb 66 càmpings i 32.991 places. La majoria d'aquests càmpings eren de 2a i 3a categoria, orientats a un turisme de baix pressupost, principalment estranger. El càmping de major capacitat es trobava a Cambrils amb 2.030 places, seguit per tres més a Salou amb més de 1.200 places cadascun. Avançant en el temps, es concedeixen noves obertures de càmpings, com per exemple, a la zona de Sant Pere Pescador s'estableix el Càmping Aquarius el 1972 i el Càmping La Ballena Alegre el 1976,¹⁶⁰ mentre que a la Cala Pola, el Càmping Tossa de Mar entra en funcionament a partir de l'any 1973.¹⁶¹



Fotografies:
1. Càmping Esponellà (1972). Piscina i zona de descans. Fotografia atorgada pel Càmping Esponellà.
2. Càmping Nautic Almata (1972). Vista del terreny de càmping i caravàning. Fotografia atorgada pel càmping Nàutic Almata.

158 Martin, M. (4 de juny de 1972). El camping, fenómeno turístico en crecimiento. La Vanguardia, Any LXXXVIII(32.968), 3.
159 Vila, J. (10 d'agost de 1972). Gerona es la provincia con mayor número de campings. La Vanguardia, Any LXXXVIII (33.025), 27.
160 Un sector en transformació. (23 de juny de 2009). La Vanguardia. Un futur per a la Costa Brava, 34(33-34).
161 Fonolledas. (2 de juny de 1973). El camping, fenómeno turístico en crecimiento. La Vanguardia Española, Any LXXXIX(33.276), 38.

Fotografies:
Càmping Aquarius (1972-1973).
1. Parcel·les i caravàning en el Càmping Aquarius.
2. Entrada del càmping.
Fotografies atorgades pel càmping.



Principals esdeveniments del Càmping com a negoci

- L'evolució del càmping a Espanya ha estat una transformació significativa passant d'una simple activitat recreativa a un negoci en expansió que atreu nombrosos turistes europeus. Aquest canvi va impulsar la necessitat de regulació adequada, habilitació de terrenys específics i consolidació de negocis rendibles en el sector.
- L'any 1953, la creació del Comitè Espanyol de Càmping va ser una fita crucial, portant a la promulgació de la Reglamentació Oficial de Càmping el 1954, que va establir les bases per a l'organització i funcionament dels càmpings a Espanya.
- L'interès per establir càmpings prolifera, especialment a Catalunya, on terrenys privats i públics es van habilitar per a aquesta activitat, fomentant l'economia local i rural.
- La província de Girona esdevé pionera en el sector amb els càmpings "La Fosca" de Palamós i "La Fresca" de Figueres.
- Des de la creació del reglament oficial de càmping, es van aprovar nombroses sol·licituds de nous càmpings, encara que alguns van ser rebutjats per no complir amb els requisits de gestió ambiental i sanitari.
- L'any 1956, un decret del Ministeri d'Informació i Turisme va reconèixer el potencial del càmping per fomentar el turisme i generar moviment econòmic.

- Les dècades dels 60 i 70 van ser testimoni d'un creixement molt important en la infraestructura del càmping, amb millores en instal·lacions i els serveis, convertint-se en una opció turística assequible i popular.

- L'any 1965, Catalunya ja comptava amb la majoria dels càmpings d'Espanya, consolidant-se com un referent en el sector.

- L'any 1972, el càmping s'havia establert fermament com una forma de turisme massiu, amb una concentració significativa a la costa mediterrània, atraient principalment turistes estrangers de baix pressupost. Aquest creixement continu no només va reflectir l'augment en la capacitat i qualitat de les instal·lacions, sinó també la importància del càmping com una indústria turística vital a Espanya.

La relació del càmping amb l'esport, congressos i altres esdeveniments

La diversitat paisatgística de Catalunya crea entorns ideals per la pràctica d'activitats esportives. Els anys 50 van marcar una dècada en la qual el càmping es converteix en protagonista com a activitat esportiva. La continuïtat de sortides d'excursionisme, creació d'associacions, clubs, i consolidació de reglamentació van permetre el desenvolupament d'una esfera de foment de la pràctica campista en les seves millors condicions, ja que aquests campaments instal·lats posseïen les degudes condicions sanitàries, amb una cura de l'entorn natural i la contemplació del paisatge.¹⁶²

A finals de la dècada els càmpings es converteixen en espais per la celebració d'esdeveniments culturals com les sardanes^{163,164} i, a més, es consoliden com a espais esportius. És per això que comença a veure's una tendència a instal·lar camps com el del Càmping Pous¹⁶⁵ i, així, poder realitzar esdeveniments com el I Ral·li Infantil de Càmping a Gavà (1961)¹⁶⁶, el XI Campament Intersocial de Catalunya (1962) i el XXIII Ral·li Internacional de Munic.¹⁶⁷

El 1963 es va celebrar el IV Campament Costa Brava, un esdeveniment que combinava activitats culturals i esportives. Durant l'any posterior, es van organitzar el Ral·li de l'Acte Càmping Caravanning Club de France¹⁶⁸, el II Ral·li Infantil de Càmping¹⁶⁹ i el I Ral·li Turístic Internacional del Noguera-Pallaresa.^{170,171,172}

- 162 *Crónica. (1 de gener de 1995).* Principales acuerdos adoptados por la diputación. Revista de Girona, Any I(1), 122(115–123).
- 163 *Crónica. (juliol de 1959).* Aplec de la Sardana. Miranda: Boletín del Centro Cultural de Llansà, Any 1959 (23 y 24), 23.
- 164 *La sardana en nuestro Ampurdán continúa recibiendo el entusiasta homenaje y culto de todos los ampurdaneses. (22 de juliol de 1959).* Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XVIII(871), 3.
- 165 *A.D. Llers, 4–C.F. Navata, 0. (9 d'agost de 1961).* Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XX(974), 11.
- 166 *Los Deportes. (29 d'abril de 1961).* Camping. El 1º Rally infantil de camping en Gavà. La Vanguardia Española, Any LXXVII(29.516), 33.
- 167 *Los Deportes. (11 de juliol de 1962).* Camping. Camping Club Barcelona asistirá al Raily Internacional. La Vanguardia Española, Any LXXVIII(29.889), 37.
- 168 *Noticiario de Cataluña. (2 d'abril de 1964).* Gerona: rallye del "Auto Camping-caravanning Club de France". La Vanguardia Española, Any LXXX(30.426), 25.
- 169 *Crónica de la actualidad deportiva. (23 d'abril de 1964).* Camping. Raily de camping. La Vanguardia Española, Any LXXX(30.444), 30.
- 170 *Crónica de la actualidad deportiva. (19 de juliol de 1964).* 1º Rally turístico internacional del Noguera-Pallaresa. La Vanguardia Española, Any LXXX(30.444), 48.
- 171 *Noticiario de Cataluña. (4 d'agost de 1964).* Sort, en la actualidad turística internacional. Prometedoras realidades de unas jornadas de singular atractivo. La Vanguardia Española, Any LXXX(30.532), 22.

- 172 *Estancia del jefe del sindicato nacional de actividades diversas.(13 de març de 1959).* Manifestaciones del señor Sabedor Roldan. La Vanguardia Española, Any LXXV(28.854), 22.
- 173 *Información de Barcelona. (31 de març de 1965).* La ciudad, día a día. Un camping en Montserrat. La Vanguardia Española, Any LXXXI(30.736), 20.
- 174 *Sant Pere Pescador: Camping Anfora. (1965).* [Postal]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.
- 175 *Sant Pere Pescador: Camping Anfora. (1973).* [Postal]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.

- Fotografies:**
- Càmping L'Àmfora (1965)**
1. Panoràmica a vol d'ocell del ple de tendes de campanya i a primera línia de la platja de Sant Pere Pescador¹⁷⁴
2. Turistes al Càmping Àmfora prenent quelcom a la terrassa del bar-cafeteria, hi ha para-sols i un dels cambrers amb la safata¹⁷⁵

El càmping també comença a relacionar-se amb altres temàtiques i necessitats d'allotjament, com il·lustra l'establiment el 1965, a Montserrat, d'un càmping, recolzat pel Patronat de la Muntanya, amb motiu de la celebració de la festivitat de Nostra Senyora de Montserrat.¹⁷³



Entre el 1966 i 1973 es van viure anys en què els congressos i esdeveniments per a la promoció del càmping van incrementar-se. Es pot comprovar amb exemples com: el Saló de l'Esport i Càmping (1966)¹⁷⁶, (1970)^{177,178}, (1971)^{179,180}, (1972)^{181,182} i (1973)^{183,184,185}; el Congrés Internacional de Terrenys de Càmping (1967)¹⁸⁶; el Primer Congrés de la Federació Internacional d'Associacions Nacionals de Propietaris de Càmpings (1967)¹⁸⁷; el Congrés de la Federació Internacional de l'Hostaleria a l'Aire Lliure¹⁸⁸; el II Congrés de la Federació Internacional de Càmping (1967)¹⁸⁹; la Fira Exposició Internacional de Turisme-Esports Nàutics Càmping-Caravàning (1970) a Essen (Alemanya), el qual “es va assistir amb un extens i ben documentat material de propaganda...”¹⁹⁰; la VIII Nit del Turisme organitzada pels alumnes i exalumnes de l'Escola de Turisme del Centre Espanyol de Noves Professions de Barcelona, amb el suport de l'Ajuntament i la Delegació del Ministeri d'Informació i Turisme (1971)¹⁹¹; i finalment, el saló monogràfic “Esport, Càmping, Vacances i Turisme 71” que abastava una oferta de productes per a les activitats a l'aire lliure de mar i muntanya.¹⁹²



Fotografia:

Portada del diari la Vanguardia: Esport, càmping, vacances i turisme (1971).¹⁹³

176 Comentarios e informaciones deportivas. (7 d'abril de 1966). Salón del Deporte y Camping próximamente será inaugurado en el recinto de la Feria de Muestras. La Vanguardia Española, Any LXXXII(31.053), 35.

177 Salón de Deporte y Camping-70. (7 d'abril de 1966). Promoción de las exportaciones de artículos deportivos. La Vanguardia Española, Any LXXXVI(32.261), 29.

178 Comentarios e informaciones deportivas. (4 de març de 1970). Presentación a los medios informativos del Salón Deporte y Camping 70. La Vanguardia Española, Any LXXXVI(32.268), 35.

179 Crónica de la actualidad deportiva. (24 de gener de 1971). Bajo la presidencia del capitán general de Cataluña fue inaugurado ayer, por el delegado nacional de educación y deportes, don Juan Gich, el Salón Deporte y camping 71- Vacaciones y Turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.546), 37.

180 Baret, P. (22 de gener de 1971). El Salón Deporte, Camping, Vacaciones y Turismo 71. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 3.

181 Comentarios e informaciones deportivas. (23 de setembre de 1971). Presentación del Salón de Deporte, Camping Vacaciones y Turismo72. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.752), 33.

182 Turismo. (4 de desembre de 1971). Preparativos para el Salón del Deporte, camping, vacaciones y turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.814), 14.

183 Más información Nacional y Extranjera. (12 de gener de 1973). Presentación a la Prensa del XIII

Salón Deporte, Camping, Turismo y Vacaciones. La Vanguardia Española, Any LXXXIX(33.156), 40.

184 Crónica de la actualidad deportiva. (21 de gener de 1973). Apertura del Salón del Deporte, Camping, Vacaciones y Turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXIX(33.164), 30.

185 Crónica de la actualidad deportiva. (30 de gener de 1973). Clausura del Salón del Deporte, Camping, Vacaciones y Turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXIX(33.171), 37.

186 En torno a las leyes. (26 de maig de 1967). Congreso Internacional de terrenos de camping. La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.405), 31.

187 Primer congreso de la Federación Internacional de Asociaciones Nacionales de Propietarios de Campings. (27 de maig de 1967). La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.406), 27.

188 Congreso de la Federación Internacional de la Hostelería al Aire Libre. (30 de maig de 1967). La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.408), 27.

189 Gerona: Visita de los participantes en el II Congreso de la Federación Internacional de Camping. (31 de maig de 1967). La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.409), 44.

190 J.F. (1 d'abril de 1970). Tossa. Vida y espíritu de la Costa Brava. Canigó, Any VII(194), 35.

191 Información de Barcelona. (31 de maig de 1971). Hoy, VIII Noche del Turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.638), 27.

192 Amplio mercado potencial de las vacaciones y el turismo. (22 de gener de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 4.

193 Deporte, camping, vacaciones y turismo. (22 de gener de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 1.1111

194 Crónica de la actualidad deportiva. (24 de juliol de 1965). Piragüismo, preparación del Rally Internacional del Noguera-Pallaresa. La Vanguardia Española, Any LXXXI(30.834), 34.

195 Crónica de la actualidad deportiva. (10 d'agost de 1966). Camping. Asistencia del C. C. Barcelona al Rally internacional de la F.I.C.C. La Vanguardia Española, Any LXXXII(31.159), 29.

196 Comentarios e informaciones deportivas. (14 de setembre de 1967). Camping: Primer Campamento Provincial Barcelonés. La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.500), 50.

197 Duatis.(20 d'abril de 1968). Crónica de la actualidad deportiva. Camping y caravaning. En Amposta quedó establecido el X Campamento Nacional. La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.686), 69.

198 Pulso de la comarca. (3 de juliol de 1969). Playa de Aro. Ancora, semanario de la Costa Brava, Any XXII(1.097), 5.

199 Crónica de la actualidad deportiva. (13 de novembre de 1969). Camping y caravaning, más que un deporte, un movimiento deportivo. La Vanguardia Española, Any LXXV(32.174), 67.

200 Camping- Caravaning ¿Turismo del Futuro?. (14 d'abril de 1970). La Vanguardia Española, Any LXXXVI(32.303), 56.

201 Crónica de la actualidad deportiva. (21 de febrer de 1971). Camping. La VIII acampada de invierno. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.570), 40.

202 Crónica de la actualidad deportiva. (1 de maig de 1971). Camping. IX Campamento Infantil. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.628), 47.

203 Más información Nacional y Extranjera. (19 de juny de 1971). Camping. 1º Campeonato Provincial Infantil de Gerona. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.670), 44.

204 Excursionismo. (18 de juliol de 1973). III Campamento Infantil Provincial organizado por el Centre Excursionista Empordanès. Ampurdán: semanario de información local y comarcal, Any XXXI(1.569), 13.

En aquest escenari, apareixen diferents esdeveniments esportius impulsant el càmping com a pràctica esportiva i competència sana, estimulant amb major freqüència aquesta pràctica. Alguns exemples van ser: el Ral·li Internacional de la Noguera-Pallaresa¹⁹⁴; XXVI Ral·li Internacional al Balatonfüred (Hongria)¹⁹⁵ i el Primer Campament Provincial Barceloní¹⁹⁶. També destaca el X Campament Nacional de Càmping i Caravàning celebrat a Amposta, premiant diferents categories com l'entitat que va acudir amb major número d'acampats i el que major nombre de tendes havia muntat (Club de Càmping de Barcelona), així com els mèrits als qui havien realitzat el desplaçament més llarg i a la millor botiga instal·lada (Sevilla), o bé, el campista de major edat (Manuel Ruíz de València) i al de menor edat de 8 mesos (Mireia Antrant Rosell, de la Unió Excursionista de Catalunya), a més del nomenament de Miss Càmping 1968 (Elisa Calvet Rodenas, del Centre Excursionista de València).¹⁹⁷

Als inicis dels anys 70 va estar marcat per les millores en la infraestructura esportiva en els càmpings. Aquest és el cas de les millores registrades al Càmping Caravàning Valldaro amb la inauguració de la seva zona esportiva feta pel propietari i gerent Ramón Mestres Fullà.¹⁹⁸

Amb el pas dels anys el càmping i el caravàning s'havien convertit en un autèntic moviment esportiu amb més de cent milions de practicants a tot el món¹⁹⁹; l'accessibilitat i la llibertat de moviment que oferien aquestes modalitats les convertien en una opció atractiva per a les famílies.²⁰⁰

Així mateix, es van celebrar diversos esdeveniments que

van fomentar el càmping i la connexió amb la natura l'any 1971: la VIII Acampada Provincial intersocial d'hivern a Plans de Rojalons²⁰¹; el IX Campament Infantil de Catalunya en Llinars del Vallès, reunint nens per gaudir d'activitats a l'aire lliure²⁰²; el Primer Campament Provincial Infantil de Girona; el XI Social del C. E. P. de Ripoll²⁰³; el III Campament Infantil de la Província a l'Ermita de Sant Esteve del Llop amb la participació del Centre Excursionista Empordanès, etc.²⁰⁴

A continuació, s'esmenten els principals esdeveniments de la relació del càmping amb l'esport, els congressos i d'altres esdeveniments.

- Als anys 50, el càmping va destacar amb la creació d'associacions i clubs que fomenten la seva pràctica en condicions òptimes, garantint tant la cura de l'entorn natural com les condicions sanitàries adequades.

- El càmping, al llarg de les dècades de 1950 i 1970, es va consolidar com un espai polivalent que integrava cultura, esport i negoci, oferint una extensa i diversa gamma d'activitats i serveis.

- Els càmpings van començar a ser escenaris d'esdeveniments culturals i esportius, consolidant-se com a punts de trobada per a la celebració d'aquests. Aquesta tendència va continuar en els anys 60, amb l'organització d'esdeveniments com congressos i fires que promovien el càmping i la seva relació amb l'esport i el turisme. A més, van fomentar aquesta manera de gaudir de l'oci i la natura a nivell internacional.

Enfortiment del càmping com a estil de vida i de turisme

En aquesta època, Girona es trobava en plena transformació com una destinació turística, ressaltant components artístics i culturals, esdevenint un lloc acollidor per diferents artistes, científics i viatgers de tot el món²⁰⁵ que s'allotjaven en diversos tipus d'hostalatge adaptats a les necessitats dels diferents tipus de turistes. Dins d'aquestes opcions, hi havia el càmping per a aquells que desitjaven un contacte més íntim amb la natura. L'estil de vida associat als càmpings és d'aquells que comencen a portar “la seva casa a coll”, com un cargol, amb la finalitat de gaudir de les delícies i beneficis que atorga²⁰⁶ la natura. Aquesta manera de viatjar comença a posicionar al càmping com un factor turístic^{207, 208} que amb el temps atreu persones de més nacionalitats.²⁰⁹

L'any 1957, el cònsol britànic de Barcelona va visitar els terrenys de tres futurs càmpings a prop de Palamós. Aquesta visita es va centrar a ultimar els detalls de l'allotjament i l'acampada per a la gran quantitat de turistes anglesos que visitaven la Costa Brava.²¹⁰; els perfils internacionals comencen a fer-se evidents. També destaca el creixement del turisme femení; les dones es converteixen en un nou perfil de turista.²¹¹

Dins dels relats, Alberto Insua, columnista del diari La Vanguardia, relata les seves vacances d'estiu a la platja de Salou, on s'allotja en un hotel confortable. No obstant això, confessa que preferiria allotjar-se en el càmping, que segons li han dit, és el millor d'Europa. També reflexiona sobre la

²⁰⁵ Cob, A. (1 d'agost de 1954). Postal Gerundense. Gerona Verano 1954. Canigó, revista literaria-cultural deportiva, Any I(6), 7.

²⁰⁶ Mundo Vario. (23 d'agost de 1956). Con la casa a cuestras. Ancora, Any IX(447), 5.

²⁰⁷ Hora Presente. (12 de setembre de 1957). El Camping, importante factor turístico. Ancora, Any IX(498), 1.

²⁰⁸ Vida de Barcelona. (17 de setembre de 1957). Crónica de la jornada. El camping comienza a levantar las tiendas. La Vanguardia, Any LXXIII(28.382), 18.

²⁰⁹ Notas figuerenses. (31 d'agost de 1956). Camping, que es verano. Vida Parroquial, Any XXIX(932), 5.

²¹⁰ Al cerrar la edición. (22 de febrer de 1957). Gerona, Palamós. El cónsul británico de Barcelona. La Vanguardia Española, Any LXXIII(28.216), 24.

²¹¹ Sabina. (30 de març de 1957). Femina: Los secretos del camping. ¡Arriba España!: semanario de Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S., Any XIX(922), 15

Fotografies:
1. Registre fotogràfic Pirinencs de Lleida. El Pallars. Llac de Sant Antoni i Càmping Gaset al fons (1959-1964).²¹³
2. Registre fotogràfic de Portal d'entrada al Càmping Salatà-Roses (1960).²¹⁴
Registre fotogràfic de las vistas panoràmiques del Càmping Don Quijote, a Altafulla (1960).²¹⁵

creixent popularitat del càmping, considerant-lo una forma de "turisme nòmada" que contrasta amb la tradicional preferència dels espanyols per hotels i pensions. Argumenta que el càmping ofereix una millor experiència que l'hotel, sent més barat i sense complicacions per trobar allotjament. A més, destaca la possibilitat de dormir sota les estrelles com un gran atractiu del càmping.²¹²



²¹² Insua. A. (15 d'agost de 1958). Colaboración de la Vanguardia. Campings. La Vanguardia Española, Any LXXIV(28.675), 5.

²¹³ García Garrabella, Luis. (1959-1964). Pirineos de Lérida. El Pallars. Lago de San Antonio y Camping Gaset al fondo.[fotografía]. Arxiu Comarcal del Pallars Sobirà.

²¹⁴ Roses - Portal d'entrada al Càmping Salatà. (1960). [Fotografia]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.

²¹⁵ Trabajos Aéreos y Fotogramétricos. (26 de juny 1960-28 de juliol de 1960). Càmping Don Quijote, a Altafulla. [Fotografia]. Arxiu Nacional de Catalunya.



Més endavant, es reflecteix el creixent interès per aquesta forma de turisme quan a innovar en l'Oficina Municipal de Salou i en el marc de les Festes Majors de la barriada de Les Corts es va inaugurar una exposició de fotografia i muntanyisme, on es va exhibir material propi enfocat a l'excursionisme, l'escalada, l'espeleologia i el càmping, incloent-hi una innovadora tenda de campanya isotèrmica.²¹⁶

Al començament dels anys 60, les xifres de turistes que acampaven a Espanya equivalien aproximadament a 1.200.000 estades amb 206 càmpings a Catalunya (55 a Barcelona, 46 a Girona, 22 a Tarragona, i es desconeixen les dades de Lleida). Específicament, els càmpings de Catalunya ascendien a 720.000 estades²¹⁷, generant guanys de mil milions de pessetes.²¹⁸

En només dos anys, la xifra d'estades en els càmpings espanyols va augmentar a 5.000.000 d'estades en 340 càmpings reconeguts que hi havia a Espanya, sent la Costa Brava i la Costa Daurada grans referents²¹⁹ amb un creixement de la demanda en l'època d'estiu.²²⁰

Aquest notable creixement va començar a generar debats entorn de si el càmping representava una alternativa per al turisme tradicional o si generava impactes negatius en atreure turistes²²¹ que podrien invertir diners en infraestructures més estables que tradicionalment rebien millors ingressos.

En aquest sentit, el càmping es comença a desdibuixar com un mitjà auxiliar de turisme, turisme. Així, a la I Assemblea Nacional de l'Agrupació Sindical Espanyola de Terrenys d'Acampada Turística (càmping), es van plantejar problemàtiques com l'ampliació d'instal·lacions en nous espais necessaris; orientacions per al futur; reglamentació; aspectes econòmics, etc. El subsecretari de Turisme, don Antonio García Rodríguez va esmentar “que no només ha de cuidar-se el confort de les instal·lacions, sinó que també s'ha de procurar quantificar els que conviuen en aquestes dependències, a més de buscar el bon record de l'estada i la seguretat dels valors humans que caracteritzen als espanyols”.²²²

L'ambient del càmping als anys 60 es caracteritza per un aire familiar d'estrangers, amb nens rossos corrent a la platja, gent llegint llibres i diaris sota les ombres dels pins “... alguns només els tenen a la mà i fumen pausadament, en un intent d'aturar al temps i dominar-lo mentre passen, en fila índia, les idees”.²²³

²¹⁶ *Fiestas Mayores. (13 d'octubre de 1961). La de la barriada de Las Corts. La Vanguardia Española, Any LXXVII(29.659), 26.*

²¹⁷ *Martín, M. (26 d'octubre de 1962). 1.200.000 turistas acampan anualmente en España. La Vanguardia Española, Any LXXVIII(29.981), 27.*

²¹⁸ *Crónica de las provincias catalanas. (25 de novembre de 1959). Girona. Sant Feliu de Guixols. Mil millones de pesetas dejaron los turistas. La Vanguardia Española, Any LXXV(29.073), 38.*

²¹⁹ *Molinero, C. (10 de desembre de 1964). Balance de una próspera temporada turística. Cinco millones de estancias durante 1964 en los campings españoles, La Vanguardia Española, Any LXXX(30.642), 43.*

²²⁰ *Información Comarcal. (18 d'octubre de 1956). Blanes ¿un monumento a Cristóbal Colón?. Ancora, semanario de la Costa Brava, Any XVIII(896), 10.*

²²¹ *Del Arco. (23 de novembre de 1962). Mano a mano. Kurt Krats. La Vanguardia Española, Any LXXVIII(30.005), 29.*

²²² *I Asamblea Nacional de la Agrupación Sindical de Terrenos de Camping Turístico. (28 d'octubre de 1962). Temas de estudio: reglamentación, ampliación de instalaciones y nuevas orientaciones. La Vanguardia Española, Any LXXVIII(29.983), 25.*

²²³ *La Escala. (1 de juny de 1963). Camping-Playa. Canigó, Any X (112), 33.*

Fotografia:
*Dalí de càmping a Cadaqués quan era alumne de les Escoles Cristians (1974).*²²⁸

Durant aquesta mateixa època, el cinema torna a aparèixer com una eina de promoció que reflecteix la vida associada al càmping²²⁴: el 1965, s'anuncia la pel·lícula “Platges, les de Lloret” de l'autor i fotògraf lloretenc Francisco Mas Ruhífilme, el qual mostra una visió completa de les platges juntament amb els principals terrenys i instal·lacions de càmping, així com tot el folklore català. Aquest curtmetratge va ser premiat amb el I Premi Nacional del Ministeri d'Informació i Turisme²²⁵ reconeixent aquestes tasques de difusió cultural i turística de la regió.

En l'esfera de les arts, l'artista Salvador Dalí, famós pintor català, es va acollir còmodament en aquests nous paisatges turístics, amb una especial entrada surrealista en helicòpter a Vinaròs, rebent una gran benvinguda, sent ell, un referent internacional.²²⁶

Paral·lelament a aquesta generació de turistes amants de la natura el 1967, es va celebrar el XVII Campament General de Catalunya de les Guïlleries, el qual va reunir a centenars de campistes que van gaudir de dos dies i mig en plena natura, sense ràdios, tocadiscos ni transistors, per poder gaudir del silenci i la pau.²²⁷



²²⁴ *Pantalla, películas de la semana. (19 de setembre de 1965). Camping. Vida Parroquial, Any XXVII(1359), 9.*

²²⁵ *Postal de Lloret de Mar. (1 de març de 1965). Una gran película: “Playas, las de Lloret”. Canigó, Any X(112), 6.*

²²⁶ *Arbo, S. (28 d'agost de 1965). Colaboración de la Vanguardia. Temas locales. El auge del turismo. La Vanguardia Española, Any LXXXI(30.864), 7.*

²²⁷ *Crónica de la actualidad deportiva. (12 de maig de 1967). XVII campamento general de Cataluña en las Guïlleries. Centenares de tiendas serán instaladas en can Sabates. La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.393), 57.*

²²⁸ *Dalí fent càmping a Cadaqués quan era alumne de les Escoles Cristians. (1 de juliol de 1974). Revista de Girona, Any XX(68), 122(115-123).*

Dins d'aquest àmbit cultural i artístic, es ressalten altres figures com la de Pompeu Fabra, enginyer industrial i filòleg català, el qual va contribuir a la codificació de la normativa moderna de la llengua catalana. Fabra era un apassionat de l'excursionisme i el càmping, ja que havia estat un dels pioners del càmping al país i, a més, havia fundat els primers campaments, a més d'organitzar nombroses excursions per Catalunya i altres regions. Aquest gran personatge gaudia de conversar amb les persones que trobava en les seves rutes, aprofitant les seves excursions per recopilar informació sobre la llengua catalana i els modismes, ja que considerava que el contacte amb la gent i el llenguatge viu era essencial per a l'estudi de la llengua. A més, transmetia la seva passió per la llengua catalana als seus alumnes durant les excursions.²²⁹



A mitjans dels anys 60, es registra un augment de turistes a Catalunya, especialment de França. Un bon exemple d'això van ser els registres del 1966 sobre l'afluència de turistes provinents del país veí. En el transcurs d'unes sis hores, van circular per Girona capital 24.000 vehicles, en la seva majoria, de matrícula francesa: “es tenen notícies de la Costa Brava que la demanda de reserva en tots els hotels era extraordinària, trobant-se també plens la totalitat dels càmpings”.²³¹

En aquell moment, el càmping estava en la cúspide del turisme, generant un gran creixement de visitants, establint normatives per classificar categòricament els càmpings segons els serveis oferts. Alguns càmpings oferien serveis innovadors d'allotjament cada vegada amb més qualitat i atenció a la comoditat del turista, fet que va generar un canvi notori en el paisatge de la Costa Brava a causa de les seves instal·lacions, mentre que es limitava i prohibia als que no complissin amb aquesta qualitat; integrant, així, a una nova generació internacional de turistes lluny de l'ambient urbà i industrial.²³²

Malgrat que el fenomen del càmping es tornava més popular, no tothom estava d'acord amb aquest model de turisme: en un article del 1967 titulat "El misteri dels càmpings", el columnista Ramón Sierra qüestionava per què a la gent li agradava passar les seves vacances en una tenda de campanya, descartant que fos per falta de recursos, ja que molts campistes en tenen, a més de l'interès de fer càmping per la proximitat amb la natura que ofereix aquesta pràctica,

²²⁹ Llopis, A. (20 de febrer de 1968). El hombre a quien más debe la cultura catalana. El filólogo catalán practicó el excursionismo y el camping. La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.635), 37.

²³⁰ Llopis, A. (20 de febrer de 1968). El hombre a quien más debe la cultura catalana. El filólogo catalán practicó el excursionismo y el camping. La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.635), 37.

²³¹ Noticiario de Cataluña. (16 de juliol de 1966). Extraordinaria afluencia de turistas. La Vanguardia Española, Any LXXXII(33.138), 31.

²³² Información Nacional: noticias y comentarios. (11 d'agost de 1966). Nueva ordenación para los campamentos de turismo. Existirán cuatro categorías de campings. La Vanguardia Española, Any LXXXII(33.160), 6.

²³³ Sierra, R. (20 d'agost de 1967). Colaboración de la Vanguardia. ¿se lo explica usted?. El misterio de los campings. La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.479), 11.

destacant el plaer d'acampar en prats verds, sota l'ombra dels arbres o prop d'una riera, el fet de gaudir del paisatge i la seva bellesa, a més d'arribar a aquesta tranquil·litat i plaer que segurament no es trobava a la ciutat.²³³

L'any 1968, el càmping ja era una part important del paisatge i dels atractius turístics de Catalunya. Diversificant l'oferta va aconseguir atreure perfils de famílies espanyoles, amb vacances a baix cost i llibertat de moviment.²³⁴

A Espanya, s'estimava que hi havia un total de 400 càmpings. Alguns emprenedors van començar a construir càmpings en temporada d'hivern per poder desestacionalitzar l'oferta turística a llocs com Castelldefels i la Costa del Sol.²³⁵ En alguns articles s'analitza la peculiar atracció pel “càmping i caravàning”, una activitat una miqueta primitiva, però que li dona un sentit esportiu i experimental, atorgant la qualitat a un viatger que es protegeix de les inclemències en una llar viatgera, oferint-li, així, un nou sistema de viatjar i viure. En aquest cas, el caravàning es va convertir en una de les formes populars i accessibles de viatjar i gaudir de les vacances.

Amb el temps van augmentar significativament el nombre de practicants del càmping caravàning, convertint les carreteres en rutes de nomadisme modern, proporcionant no solament beneficis materials i econòmics, sinó promovent el desenvolupament personal i social, convertint-se en una experiència valuosa i formativa per persones de totes les edats i orígens. A més, se sap que el càmping és una admirable escola de relacions humanes per la socialització dels homes i conté diversos valors pedagògics.²³⁶

²³⁴ Camping- Caravaning ¿Turismo del Futuro?. (14 d'abril de 1970). La Vanguardia Española, Any LXXXVI(32.303), 56.

²³⁵ Europa Press. (6 de desembre de 1967). Campings de invierno en Castelldefels y en la Costa del Sol. El tema ha sido debatido en el curso de una Asamblea Nacional. La Vanguardia Española, Any LXXXIII(31.571), 5.

²³⁶ Pardo, J. (22 de gener de 1971). Camping y caravaning, los nómadas de nuestra época. La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 6.

²³⁷ El camping, terreno acotado para el hombre nómada. (18 d'agost de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.721), 2.

D'altra banda, es reflexiona com el turista gaudeix del càmping en la seva quotidianitat:

*És un centre turístic on la moda no té cap paper a representar perquè cadascun vesteix com vol i amb escassa vestimenta, es poden fer compres als comerços. El càmping és, finalment, terreny delimitat per als nòmades del segle XX amb àmplia vocació de futur, com els nens que alternen les instal·lacions apropiades mentre els adults juguen a cabanyes.*²³⁷



Fotografies:
1. Registre fotogràfic Sant Pere Pescador del Càmping Àmfora (1973).²³⁸
2. Show cooking al Càmping Aquarius (1974). Fotografia atorgada pel càmping.
3. Nen en bicicleta al Càmping Aquarius (1974). Fotografia atorgada pel càmping.
4. Càmpings Estanyet sender i càmpings (1975). Sender en el terreny del càmping Estanyet. Fotografia atorgada pel càmping.

238 Sant Pere pescador - "Càmping Àmfora". (1973). [Postal] Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.

Fotografies:
Càmping Aquarius (1976)
1. Esports nàutics
2. Personal i treballadors del càmping. Fotografies atorgades pel càmping.



Principals esdeveniments de l'enfortiment del càmping com a estil de vida i de turisme

- Catalunya es va convertir en un punt de trobada per artistes, científics i viatgers de tot el món, oferint una varietat d'allotjaments que incloïen opcions per a aquells que preferien un contacte més íntim amb la natura a través del càmping.
- Durant aquest període, Girona va experimentar una notable transformació, posicionant-se com una destinació turística atractiva que combinava art, cultura i natura.
- L'estil de vida del càmping, que permetia als viatgers portar la seva "casa a coll", es va consolidar com una opció atractiva i econòmica respecte als hotels tradicionals, destacant per la seva simplicitat i la possibilitat de dormir sota les estrelles.
- El càmping es va consolidar com una alternativa de turisme familiar i accessible, oferint llibertat de moviment i una connexió directa amb la natura.
- El càmping es va establir com una part integral del paisatge turístic de Catalunya, atraient una nova generació de turistes internacionals i canviant la dinàmica del turisme a la regió.

Imatge i promoció del càmping: Anuncis publicitaris i productes

Amb la popularització del càmping com a activitat turística, no es va fer esperar la promoció d'aquest, reflectida en diferents mitjans de comunicació, des de notes en revistes i diaris fins a la ràdio i la producció audiovisual. La promoció dels esdeveniments relacionats amb la comercialització de productes per al càmping és un suport per consolidar l'evolució del càmping a Catalunya. A Figueres (1955), es realitza la 1a Exhibició de Muntatge de Tendes de Càmping en el Camp Municipal d'Esports on diferents clubs i agrupacions hi col·laboren per consolidar aquests esdeveniments que estimulen l'interès del càmping.²³⁹ Sense deixar de banda la forma clàssica de promoció, es continuen utilitzant els mitjans escrits (el diari essencialment) per mostrar aquests productes innovadors que impliquen una millor experiència per fer càmping.^{240,241}

Un gran referent de la promoció dels productes és el “Saló Esport i Càmping 68” dirigit per David Moner Codina, el qual es va organitzar amb una visió moderna i la cooperació entusiàstica dels fabricants que van presentar els seus millors productes pel càmping i l'esport. Aquest esdeveniment reunia sectors especialitzats en diverses àrees esportives i de càmping, incloent-hi piscines, materials de càmping, pesca, aquàtics, confecció, calçat, bicicletes, motorisme, muntanyisme, armes, caça, equitació, caravanes i esport aeri.²⁴²

Aquest àmbit de promoció de productes es consolida amb el pas dels anys, esdevenint un important centre comercial on comerciants, revenedors i el públic adquireixen els últims avanços de la indústria esportiva nacional, obrint les portes a més fabricants i creadors de productes de qualitat a nivell nacional.²⁴³ Al 1968, Catalunya acull d'una manera integral el Saló Esport i Càmping 68, ja que aquest és un factor important per a l'economia, l'esport, el turisme i la internacionalització d'aquesta oferta, atraient al certamen il·lustres i estratègics visitants.^{244,245}

El Ministeri d'Informació i Turisme continua donant suport al XIII Saló Esport Càmping Vacances i Turisme a Barcelona,^{246,247} en el qual s'exhibeixen productes espanyols i de qualitat com tendes, caravanes, rulots, equips complementaris, utensilis i materials esportius de gran utilitat pràctica, productes còmodes, fàcils i estimulants per l'estada a la platja o la muntanya. Aquest és un ampli aparador de la indústria esportiva específicament dedicada al càmping i al caravàning així i com, a les vacances i el turisme.²⁴⁸

88



Fotografia: Fotografia obtinguda de la notícia "Seccions del Saló Esport, càmping, vacances i turisme 71" (1971).²⁵⁰

239 Programa. (12 d'octubre de 1955). Día 16. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XIV(681), 7.

240 [...aparatos camping...]. (21 de desembre de 1960). Día 16. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de J.O.N.S., Any XIX(943), 5.

241 [Camping gas catalán]. (24 de desembre de 1960). ¡Arriba España!: semanario de Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S., Any XXII(1.113), 15. https

242 El nuevo: Salón Deporte y Camping-68. (25 d'agost de 1968). La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.795), 44.

243 El Salón deporte y camping-68, al servicio del deporte y de la industria nacional deportiva. (12 de setembre de 1968). La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.810), 42.

244 Comentarios e informaciones deportivas. (23 de novembre de 1968). El Salón del Deporte y Camping 1968 adquiere en la presente edición auténtica categoría internacional. La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.872), 42.

245 Comentarios e informaciones deportivas. (7 de desembre de 1968). Actividades del Salón del Deporte y Camping. La Vanguardia Española, Any LXXXIV(31.884), 42.

246 Homenaje del Salón Deporte y Camping,Vacaciones y Turismo al Capitán General. (12 de gener de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.535), 36.

247Inauguración del Salón Deporte,Camping, Vacaciones y turismo-71". (22 de gener de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 3.

248 Secciones del Salón Deporte,Camping, Vacaciones y turismo-71". (22 de gener de 1971). La Vanguardia Española, Any LXXXVII(32.544), 5.

89



A més es va comptar amb la presència de diversos productes moderns i idees innovadores relacionades amb l'acampada. Aquests espais d'exhibició es van transformar en un espai somiat per als aficionats d'aquesta pràctica i els establiments que ofereixen aquesta gamma de productes a nivell internacional, sent Espanya un dels primers llocs a oferir el càmping i el caravàning.²⁴⁹



Com a complement a la promoció del XIII Saló Esport Càmping Vacances i Turisme a Barcelona, es continua utilitzant la producció audiovisual com a estratègia per a la divulgació del càmping, realitzant vídeos promocionals per a esdeveniments, exaltant els seus innovadors productes i

aconseguint posar en pràctica amb demostracions la gran amplitud d'activitats complementàries quan es fa càmping.²⁵¹ També es promocionen altres continguts més afins al setè art, com per exemple, filmacions de ficció²⁵² i documentals apropiant el discurs del càmping com a part de la quotidianitat de la societat.

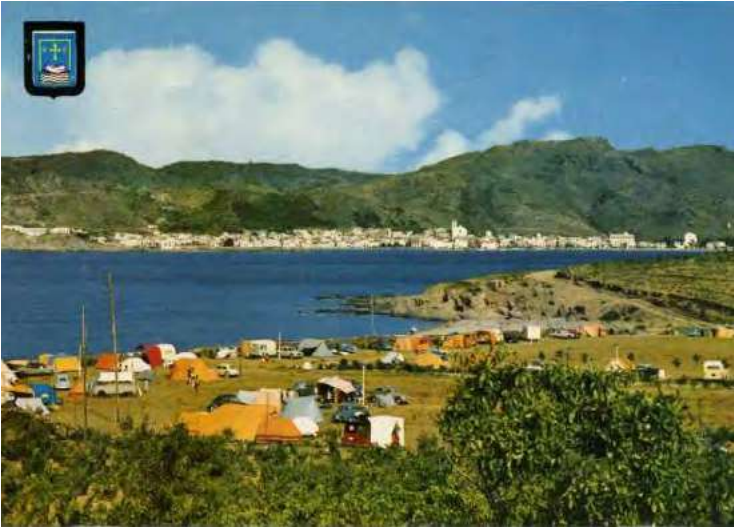


Fotografies:
1. Anunci publicitari del Càmping La fresca (1960).²⁵³
2. "Postal del Càmping Masnou. Vista parcial del càmping (1961).²⁵⁴

²⁵³ Anunci publicitari del Camping La Fresca. (1960). Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa], 12.
²⁵⁴ Postal del Masnou. (1961). [postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

Fotografies:
1. Postal de Canet de Mar. Accés directe des del Càmping "El Carro" des de la carretera principal (1961).²⁵⁵
2. Registre fotogràfic de la vista panoràmica amb el Càmping de la Vall (1962).²⁵⁶

²⁵⁵ Postal de Canet de Mar. (1961). Accés directe des càmping "El Carro" des de la carretera principal. Col·lecció d'imatges de l'Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà. [postal]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.
²⁵⁶ El Port de la Selva - "vista panoràmica". (1962). Accés directe des càmping "El Carro" des de la carretera principal. Vista panoràmica amb el Càmping de la Vall en primer terme i el poble al fons. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.





Fotografies:
1. Registre fotogràfic Càmping Sant Adrià (1962).²⁵⁷
2. Registre fotogràfic Postal de Calella - Vista del litoral de Calella des del turonet on es troba el far i un càmping (1963).²⁵⁸

257 Caseta del Càmping Sant Adrià coberta per la neu. (1962). Càmping Sant Adrià. [Fotografia]. Arxiu Municipal de Sant Adrià de Besòs.
258 Postal de Calella. (1963). Vista del litoral de Calella des del turonet on es troba el far i un càmping. En un primer pla, hi ha una tenda i, en un segon terme, els camps de conreu, el poble i la platja. Al centre de la zona urbanitzada destaca l'església parroquial de Santa Maria i Sant Nicolau. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

Fotografies:
1. Anunci publicitari en diversos idiomes d'excursions per les coves i platges de Pola a Tossa de Mar organitzades per "El Caravaning-càmping Pola" (1963).²⁵⁹
2. Postal de la vista de la zona de càmpings i hotels de Calella (1964).²⁶⁰

259 Anunci publicitari en diversos idiomes d'excursions per les coves i platges de Pola a Tossa de Mar organitzades per "El Caravaning-càmping Pola". (1 de juny de 1963 - 30 de juny de 1963). [Anunci publicitari]. Arxiu Comarcal d'Osona.
260 Postal de Calella. (1964). Vista de la zona de càmpings i hotels de Calella. La zona encara no estava del tot urbanitzada, fet que es legitima per la falta de pavimentació de l'espai i els pocs hotels edificats. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.





CAMPING LES TRIES

*Se comunica que a partir de mañana domingo, a las 11 de la mañana, estarán al servicio de todo el público, **caballos de alquiler** para excursiones y que, además, se enseñará a montar a las personas que lo deseen.*

PARA ENCARGOS: **J. CAPALLERA**
Carretera S. Juan las Abadesas, 13 Tel. 679



— Esto continua igual, que fastidio de verano!...

CAMPING POUS
Bar Habitaciones

Carret. Francia, a 1 Km. de FIGUERAS



— Y tú crees que en este momento tenemos que llevarle las meriendas?

HOTEL - CAMPING POUS
Restaurante

Carretera de Francia a 1 km. de FIGUERAS

Tel. 242214

Fotografies:

1. Postal de Blanes. Entrada del Càmping "La Masia" (1964).²⁶¹
2. Anunci del Càmping Les Tries (1964).²⁶²
3. Anuncis publicitaris il·lustratius del Càmping Pous (1964)²⁶³ (1969).²⁶⁴

261 Postal de Blanes. (1964). Entrada del Càmping "La Masia". Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

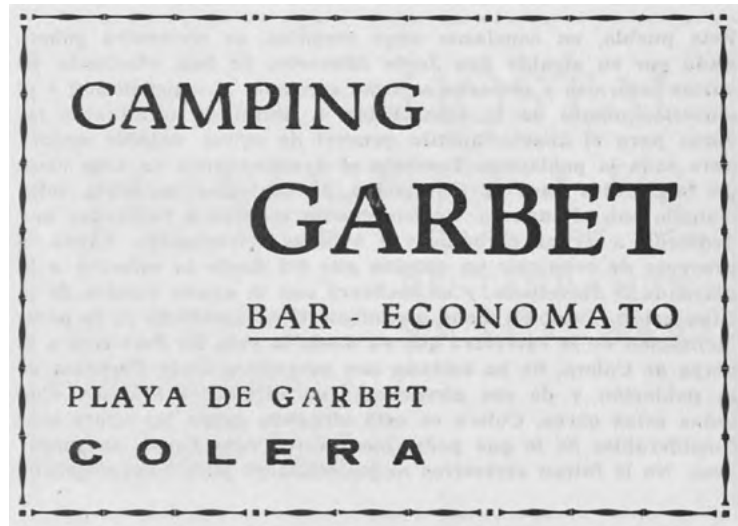
262 [Càmping Les Tries...caballo en alquiler]. (27 de juny de 1964). [Anunci publicitari]. ¡Arriba España!: semanario de Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S., Any XXVI(1293), 13.

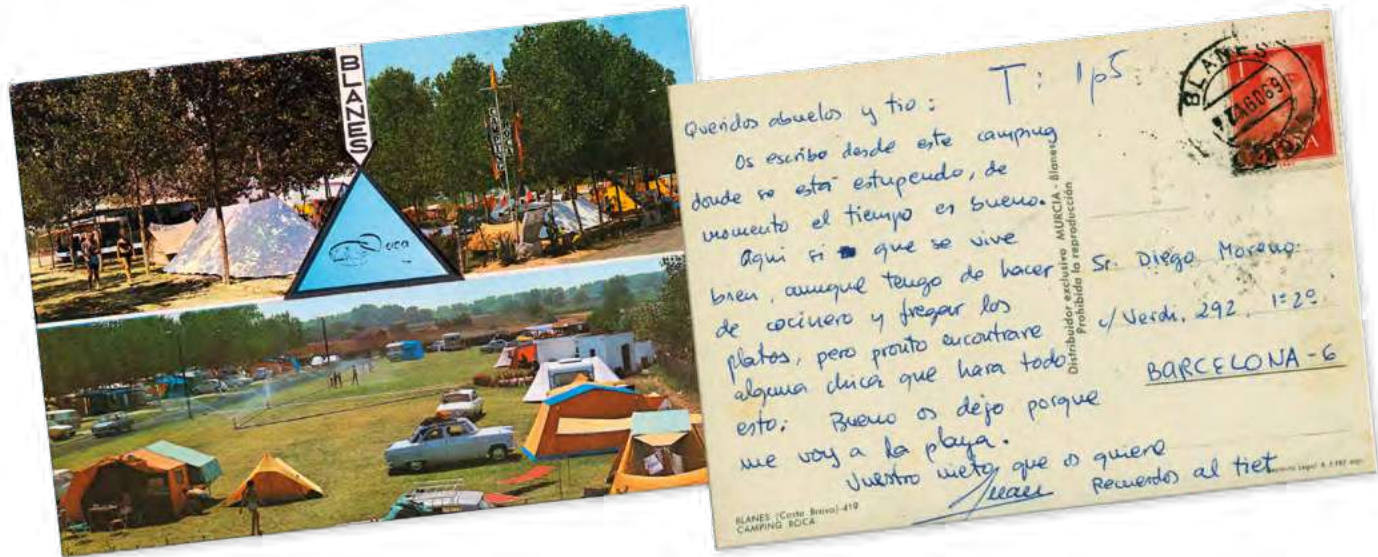
263 Caricatura publicitaria de Càmping Pous. (1964). Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa IV], 40.

264 Caricatura publicitaria de Càmping Pous. (1969). Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa V], 40.

Fotografies:

- 1, 2. Registre fotogràfic del Càmping La Ballena Alegre(1964).²⁶⁶
3. Anunci del Càmping Garbet (1964).²⁶⁵
4. Anunci publicitari de l'Hostal. Càmping Pous (1965).²⁶⁷





Fotografies:

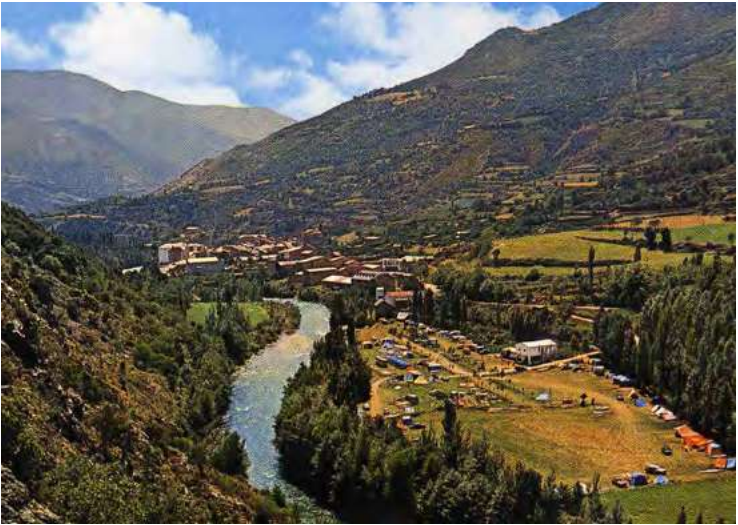
1. Anunci publicitari d'una caricatura de l'Hostal Càmping Pous (1965).²⁶⁸
2. Registre fotogràfic de Salou, "Snack Bar del Càmping Salou" (1965).²⁶⁹
3. Postal de Blanes: Registre fotogràfic del Càmping Roca (1965).²⁷⁰

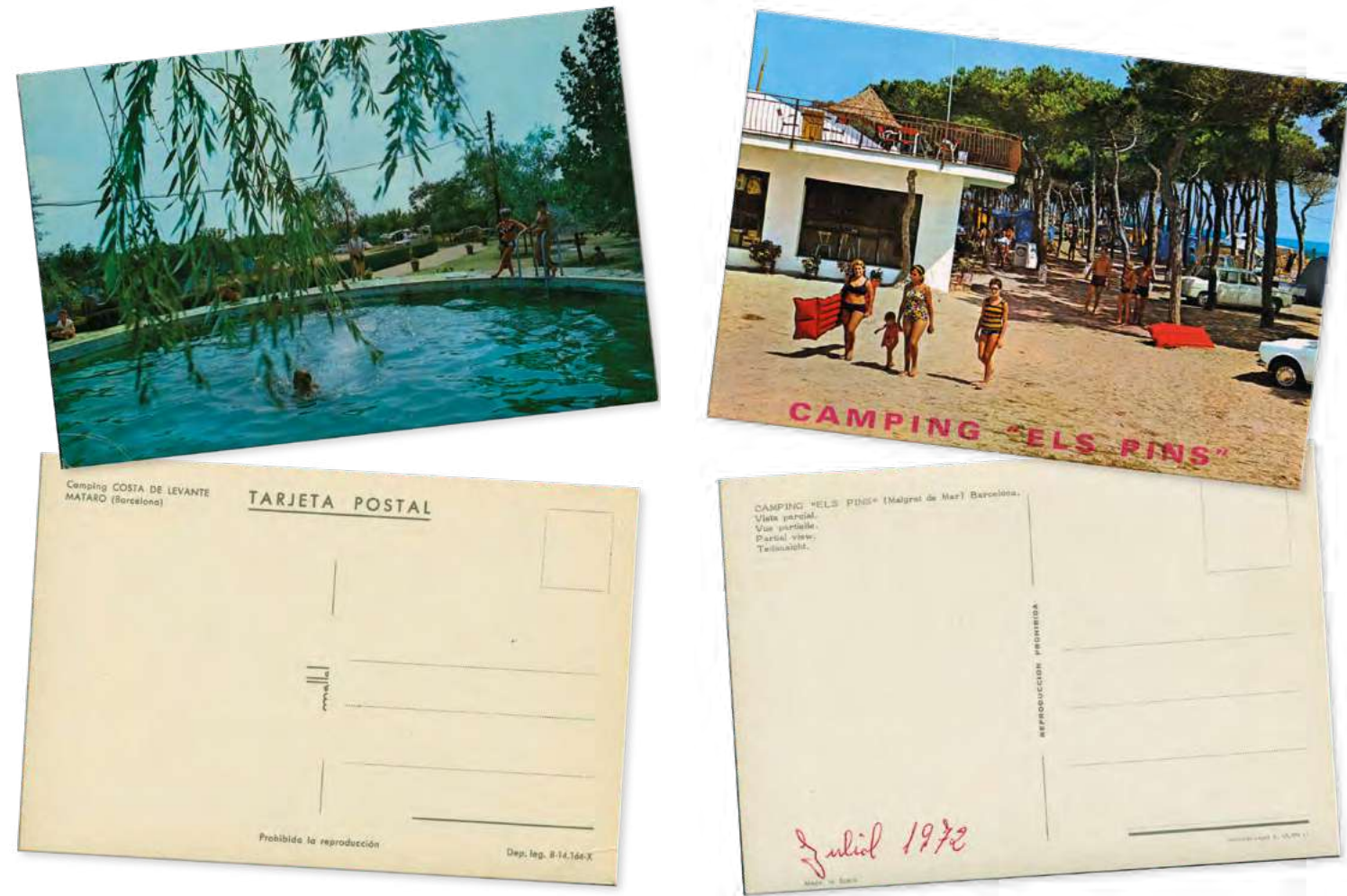
- 268 Caricatura publicitaria de Hostal- Càmping Pous. (1965). Ferias y fiestas de la Santa Cruz: Figueras, [programa IV], 9.
- 269 SALOU - "Snack Bar del Càmping Salou". (1965). Vista general de la terrassa del bar-cafeteria del Càmping Salou, hi ha gent amb banyador. Targeta postal núm. 5217 cedida pel Sr. Jordi Martí Cairó, de Figueres. Col·lecció d'imatges de l'Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà. [Postal]. Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà.
- 270 Postal de Blanes. (1965). Càmping "Roca". Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

Fotografies:

1. Postal del Masnou: Registre fotogràfic de la vista de l'entrada al Càmping Masnou (1965).²⁷¹
2. Registre fotogràfic Pirineos de Lleida. El Pallars. Sort. Càmping Noguera Pallaresa (1966).²⁷²
3. Fullet del Càmping Cala Gogo (1966). Imatge atorgada pel càmping.

- 271 Postal del Masnou. (1965). Vista de l'entrada al Càmping Masnou. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.
- 272 García Garrabella, Luis. (1954-1966). Pirineos de Lérida, El Pallars, Sort, Camping Noguera Pallaresa. Postals Oficina de Turisme de la Poble de Segur. [Fotografia]. Arxiu Comarcal del Pallars Sobirà.





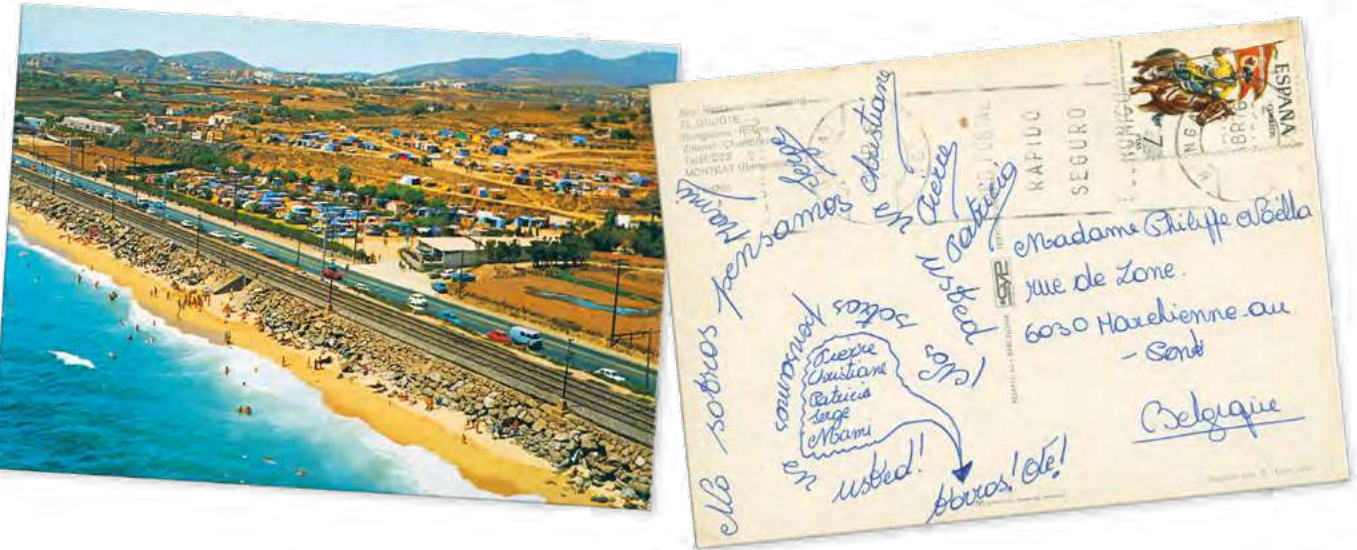
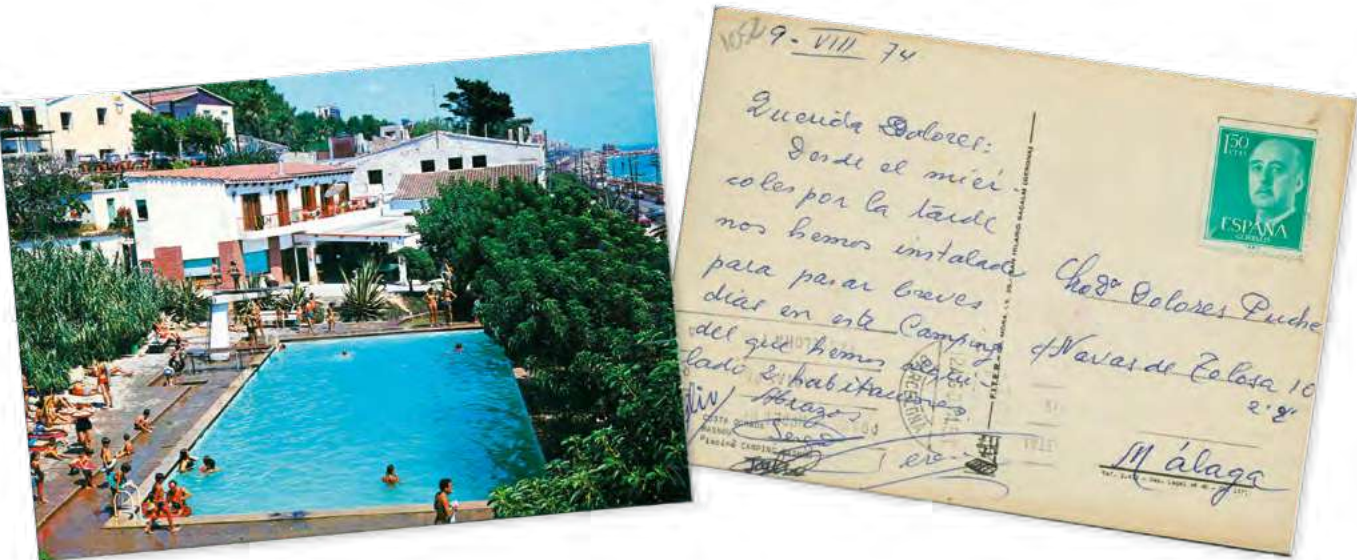
Fotografies:
1. Postal de Mataró (1967).²⁷³
2. Postal de Malgrat de Mar.
Registre fotogràfic, vista del
Càmping Els Pins (1968).²⁷⁴

273 Postal de Mataró. (1967). Piscina del càmping "Costa de Levante" de Mataró. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.
274 Postal de Malgrat de Mar. (1968). Vista del càmping "Els Pins". Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

Fotografies:
1. Postal de Cabrera de Mar.
Registre fotogràfic del Càmping Sol y Mar (1968).²⁷⁵
2. Els càmpings-còmics d'aquest estiu (1969).^{276,277,278,279}

275 Postal de Cabrera de Mar. (1968). Càmping "Sol y Mar". Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.
276 Caricatura Los Camping-Comics de este verano. (3 de juliol de 1969). La Vanguardia Española, Any LXXXV(32.060), 21.
277 Caricatura Los Camping-Comics de este verano. (4 de juliol de 1969). La Vanguardia Española, Any LXXXV(32.061), 48.
278 Caricatura Los Camping-Comics de este verano. (16 de juliol de 1969). La Vanguardia Española, Any LXXXV(32.071), 35.
279 Caricatura Los Camping-Comics de este verano. (30 de juliol de 1969). La Vanguardia Española, Any LXXXV(32.083), 48.





Fotografies:
1. Registre fotogràfic: Vista de la piscina del Càmping Masnou (1971).²⁸⁰
2. Postal de Montgat: Registre fotogràfic. Bar, restaurant i Càmping El Quijote (1971).²⁸¹

280 Postal de Masnou. (1971). Vista de la piscina del càmping Masnou. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.
281 Postal de Montgat. (1971). Bar, restaurant i càmping El Quijote. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

Fotografies:
1. Postal de Canet de Mar. Quatre imatges de diferents espais del Càmping El Carro (1971).²⁸²
2. Postal de Sant Pol de Mar Postal del Càmping Kanguro Caravaning amb imatges de la plaça, la terrassa, el bar i la zona de caravàning (1972).²⁸³

282 Postal de Canet de Mar. (1971). Quatre imatges de diversos espais del Càmping "El Carro". Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.
283 Postal de Sant Pol de Mar. (1972). Postal del "Càmping Kanguro Caravaning" amb imatges de la platja, la terrassa, el bar i la zona de caravàning. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.





Fotografia:
Càmping Esponellà Fullet (1972).
Fotografia atorgada pel càmping.

Fotografies:
1. Càmping Sangulí (1972).
Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Aquarius (1972).
3. Fullet "Campings del Maresme zona nord Barcelona" (1973).²⁸⁴
Fotografia atorgada pel càmping.
4. Càmping Roca Grossa (1970-1979).
Fotografia atorgada pel càmping.



284 Fulletó "Campings del Maresme zona nord Barcelona". (1973). Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau [Postal]. Arxiu Comarcal del Maresme.

4.

Capítol

*Diversificació
de l'oferta
turística, noves
tendències i
creixement del
turisme en els
càmpings*

Diversificació de l'oferta turística, noves tendències i creisement del turisme en els càmpings

Temporalitat: 1980 - Actualitat

Cultura dels càmpings: Innovació per a l'atracció de nous perfils de turista, creixement del caravàning, guies especialitzades i sostenibilitat.

En els propers anys, la cultura dels càmpings va experimentar una transformació significativa, adaptant-se a les noves tendències i necessitats dels viatgers contemporanis. Aquest capítol explora com la innovació en el sector va permetre atreure nous perfils de turistes, destacant l'auge del caravàning com una opció cada vegada més popular. A més, s'analitza el paper de les guies especialitzades en la promoció de destinacions i serveis, així com la creixent importància de la sostenibilitat en les pràctiques i polítiques dels càmpings.

Dins de la diversificació de l'oferta turística dels càmpings, el caravàning va aparèixer a Catalunya a principis dels anys 70. En aquest context, el Saló Internacional del caravàning a Montjuïc va oferir una àmplia varietat de vehicles i material per als amants del càmping, sent una oportunitat per conèixer les últimes novetats en el sector i trobar el vehicle ideal per a aquesta mena de turisme.²⁸⁵



Paraules clau:
Planificació estratègica, accessibilitat, sostenibilitat, reconeixements, concursos i premis, internacionalització, fires de turisme, diversificació de l'oferta del càmping.

Fotografies:
1. Càmping Bella Terra recepció (1976). Fotografia atorgada pel càmping.

²⁸⁵ Martín, M. (21 de gener de 1990). Un chulé sobre ruedas. El Salón del Camping y Caravaning abre sus puertas en Montjuic. La Vanguardia Española. Revista, 9.

Fotografies:
Càmpings Rifort (1978).
1. Tenda en terreny del càmping Rifort.
2. Entrada del càmping Rifort.
3. Caravàning al càmping Rifort.
Fotografies atorgades pel càmping.





Fotografies:
1. Càmping Bella Terra tendes (1978). Vida en el càmping Bella Terra. Fotografia atorgada pel càmping.
2. Piscina Càmping Nàutic Amalta (1978). Fotografia atorgada pel càmping.
3. Càmpings Estanyet (1978). Vida al càmping Estanyet. Fotografia atorgada pel càmping.



Fotografies:
1, 2. Càmping Cala Llebadó. Cultura i vida de càmping (1979). Fotografia atorgada pel càmping Cala Llebadó.
3. Càmping Interpals (1979). Entrada del càmping. Fotografia atorgada pel càmping.
4. Càmping Laguna interaccions socials i en família (1979). Fotografia atorgada pel càmping.

A l'any 1975, Olot continuava posicionant-se com una regió turística, en la qual destacaven els seus volcans, paisatges naturals i acollida dels residents.²⁸⁶ També seria una zona on el càmping començaria a tenir importància i a relacionar-se amb un lloc de descans i natura.²⁸⁷

No obstant això, no només a l'interior es va presenciar el creixement del turisme relacionat amb el càmping, atès que a Tarragona, el 1978, centenars de turistes es veuen atrets per la Costa Daurada gràcies a una de les maneres de fer turisme més popular en aquestes latituds, la qual era el càmping, posicionant la província com la segona amb major nombre de càmpings a nivell nacional després de Girona, tenint al voltant de 72 establiments de càmping i 37.543 places en el territori.²⁸⁸

Al voltant d'aquesta mateixa data, els càmpings de Catalunya, que disposaven de 132.000 places familiars, van registrar un aforament complert, degut a les campanyes publicitàries executades per la Federació de Càmpings Espanyols qui promocionaven de manera directa el càmping de Catalunya en l'àmbit internacional en països com el Regne Unit, Itàlia, Bèlgica i Alemanya, sent aquest últim el que més turistes aportava. Aquestes campanyes es van generar com a part de les estratègies per atreure turisme a la regió, pel fet que es considerava que els campistes internacionals “aporten divises en quantitat”.

Altres fenòmens turístics van continuar en ceixement, com la pràctica de caravàning que va impulsar el turisme

nacionalment com la I Ruta Caravàning de Catalunya, destacant llocs d'interès turístic i realitzant activitats culturals.²⁸⁹ L'any 1979, en el Càmping Vell Empordà de Garriguella es va realitzar una gran concentració de caravanistes, procedents de Catalunya i França, organitzat pel caravàning Club de Barcelona i el Camping du Llenguadoc, celebrant així el IV Ral·li de l'Amistat amb l'objectiu de confraternitzar entre els socis de les entitats.

Van fer activitats com visitar Sant Pere de Rodes, la Sinagoga de Vilajuïga i el Museu Dalí, juntament amb el lliurament de premis del concurs de fotografia i de petanca. A més, es va finalitzar amb mostres culturals com un “cremat” i les sardanes.²⁹⁰

Al llarg d'aquest recorregut, s'ha pogut evidenciar l'existència d'una relació directa entre el càmping i les representacions artístiques des de la gastronomia, el ball, el cinema i la fotografia, entre altres. Al 1976, el C.I.T. La comarca del Vallès Occidental, a prop de Barcelona, va promoure l'organització d'un càmping d'artistes anomenat “Granollers Happening/ Camp Experimental n.º 1”, amb una programació que abastava totes les arts des d'una perspectiva avantguardista.²⁹¹ Aquest tipus de trobades atreien una altre tipus de turistes, més interessats en l'art i la cultura.

És clar que a mesura que el temps avançava, els habitants de les grans ciutats, com Barcelona, començaven a passar l'estiu en zones més tranquil·les i en contacte amb la natura, generant la possibilitat que els càmpings prenguessin més

²⁸⁶ Encuesta de 10 turistas. (5 de juny de 1975). Olot Misión, (1013), 13(13-14).

²⁸⁷ J.C. (16 de juliol de 1976). On pasaran les vacaciones els olotins?. Olot Misión, (1058), 9(8-9).

²⁸⁸ Llovell, F. (13 de juny de 1978). Tarragona. El camping en alza. La Vanguardia Española, (34.835), 35.

²⁸⁹ La I Ruta Caravanista de Cataluña, comenzará mañana de Castelldefels al Lago de Bañolas, pernctando en Castelló de Ampurias. (16 de maig de 1975). La Vanguardia Española, (33.881), 32.

²⁹⁰ Garriguella en el Camping Empordà. (13-19 de juny de 1979). Concentració de caravanistas. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any III(122), 11.

²⁹¹ L.V. (23 de març de 1976). Noticiario de Cataluña. En agosto, camping de artistas. La Vanguardia Española, (34.146), 35.

²⁹² Dias de paz y sol. (13 d'abril de 1979). La Vanguardia Española, (35.094), 1.

popularitat, atès que oferien un ritme de vida tranquil, envoltat d'amics, família i natura.²⁹² A finals dels anys 70, el càmping s'entenia com una fórmula de viure en llibertat, amb el mínim indispensable, “el de restablir el perdut contacte amb la natura i de fugir com sigui de la civilització, del progrés, de la contaminació i dels horaris”.²⁹³, sent això molt atractiu per a molts turistes.

A partir de la meitat dels anys 70 i començaments dels 80, els reconeixements del càmping van estar en creixement: al 1975, es va destacar el paper de Don Pedro Badosa Isern, propietari del Càmping dels Tries, com un autèntic pioner en la promoció del càmping com una activitat turística reeixida, aportant una visió precursora amb voluntat, encert i perseverança.

Tot seguit, va crear un càmping de referència que contribueix significativament al creixement del turisme a la zona, juntament amb altres contribucions al desenvolupament d'Olot, com la creació d'un parc públic i la promoció de la cultura local.²⁹⁴

En els anys posteriors, la indústria del càmping a Catalunya va experimentar un notable creixement, amb noves regulacions, inversions en infraestructura i reconeixements a càmpings destacats, com va ser el cas del Càmping-caravàning Les Dunes a Sant Pere Pescador, atorgant-li una medalla d'honor al Turisme.²⁹⁵ Gràcies a aquest creixement dels càmpings, es va reconèixer la necessitat d'augmentar les places d'ocupació, la qual cosa va comportar la creació d'espais de formació i

capacitació per als empleats dels càmpings com ara el Curset de Salvament i Socorrisme Aquàtic organitzat per l'Assemblea Local de la Creu Roja Espanyola de Sant Feliu de Guíxols, en col·laboració amb el Centre d'Activitats Subaquàtiques de la Costa Brava en el Càmping Riembau, el qual va aportar les seves instal·lacions per realitzar-lo l'any 1977.²⁹⁶ Sumat a això, al 1978, en el Càmping de Font-Martina es van dur a terme unes setmanes de convivència internacional en les quals es desenvolupen cursos d'humanisme integral.²⁹⁷

"Restablir el perdut contacte amb la natura i de fugir com sigui de la civilització, del progrés, de la contaminació, dels horaris"

²⁹³ L.B. (1 de juliol de 1979). Turismo y vida. Vacaciones bajo la luna. La Vanguardia, Fin de semana, (35.094), 14.

²⁹⁴ Ventanal oportunas sugerencias (23 d'agost de 1975). Auténtico pionero de nuestro turismo. Semanario de Olot y comarca, (1858), 3.

²⁹⁵ Medalla de Turisme a Lluís Duran. (30 de desembre de 1981). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (245), 19.

²⁹⁶ Siete días. (5 de maig de 1977). Cursillo de salvamento y socorrismo. Ancora, semanario de la Costa Brava, Any XXX(1501), 7.

²⁹⁷ Casals G. (17 d'agost de 1978). Arbúcies. Convivencias culturales en el camping de Fonf-Martina. La Vanguardia Cataluña, (34.891), 18.

Durant aquest període, també van sorgir desafiaments, com els conflictes entre veïns i campistes en algunes zones, evidenciant la necessitat de regulacions clares relacionades amb el respecte i conservació de l'entorn natural. Com per exemple d'això, el 1978, el poble Ger es va posicionar en contra de l'emplaçament d'un càmping en ple Parc Natural del Montseny i van realitzar un cens demostrant la disconformitat de la instal·lació del càmping, justificant que és un petit poble que no estaria preparat per a aquest turisme, generant molèsties, brutícia i soroll. Expressant que els beneficis del càmping seran per als qui exploten al càmping però no per l'entorn natural ni els cultius.²⁹⁸ A Llançà i algunes zones del litoral, van presentar conflictes entre veïns i campistes, ja que no estava permès acampar en algunes zones, fet que va repercutir en la neteja i cura de les zones residencials.²⁹⁹

A principis dels anys 80, es va generar un nou creixement del càmping i el caravàning, tenint en compte que aquest tipus de turisme representava més del 50% del total de turisme de la regió.³⁰⁰ Per tant, aquesta pràctica s'identificava com un gran potencial per a l'atracció de nou turisme.³⁰¹ En matèria de càmpings, el panorama de Catalunya es veia esperançador, perquè disposava del 55% dels càmpings d'Espanya, de manera que la Generalitat es mostrava com un agent clau per a donar impuls al turisme.³⁰²

El caravàning lligat al càmping representava un estil de vida, en el qual es viu en contacte amb la natura i en comunitat.³⁰³



Fotografies:
Imatge presa de l'article de premsa "Caravanes i remolcs" de la Vanguardia (1981).³⁰⁴

298 Els veïns de Ger contra la instal·lació d'un camping. (1 de novembre de 1979). Rufaca: publicació d'Amics de la Cerdanya, 11.
299 Noticiari. (2-8 de setembre de 1981). Llançà. Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (229), 12.
300 Bassols, A. (21 de novembre de 1980). Las autonomías no perjudican al turismo. La Vanguardia. Especial Economía, (35.594), 43.
301 D. (21 de novembre de 1980). La Generalitat, partidaria de una amplia red de camping. Los caravanistas piden nuevas reglamentaciones. La Vanguardia. Barcelona, (35.397), 15.
302 Las vacaciones al aire libre. (1 d'agost de 1980). La Vanguardia. Barcelona, (35.498), 15.
303 ROS, J. (18 de gener de 1981). Caravana y remolques. La Vanguardia. Barcelona, (35.642), 87.
304 ROS, J. (18 de gener de 1981). Caravana y remolques. La Vanguardia. Barcelona, (35.642), 87.

Fotografies:
1. Càmping Noguera Pallaresa de Sort (1980). Vista parcial del càmping Noguera Pallaresa.³⁰⁵
2, 3, 4 Càmpings Platja Bara (1975-1980). Entrada, platja del càmping, activitats esportives i d'oci i campistes. Fotografia atorgada pel càmping.



305 Càmping Noguera Pallaresa de Sort. (1980). Vista parcial del càmping Noguera Pallaresa de Sort. Ajuntament de Baix Pallars. Arxiu Comarcal del Pallars Sobirà.





Fotografies:
1. Càmping Sangulí (1980).
Parcel·les en el terreny de càmping.
Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Cypsela (1980).
Vista instal·lacions del restaurant.
Fotografia atorgada pel càmping.
3. Càmping Aquarius (1980).
Vista instal·lacions del restaurant.
Fotografia atorgada pel càmping.



Fotografies:
1. Càmpings Estanyet (1980).
Vida i oci en el càmping. Fotografia atorgada pel càmping.
2, 3. Càmping Laguna (1980). Tenda, esports nàutics, càmping i caravàning. Fotografia atorgada pel càmping.



L'any 1981, es fan paleses les noves tendències en el càmping, com ara el primer càmping naturista de Catalunya i el segon d'Espanya, en les dependències del Càmping Toro Bravo. Aquest càmping tenia capacitat per a dues mil persones i una extensió de 78.000 metres quadrats.³⁰⁶

En aquest mateix any, la professionalització entorn de la indústria del càmping es va fer evident, pel fet que la primera promoció de diplomats de gestió empresarial de càmpings es va graduar. Aquests cursos representaven una garantia de professionalitat i de millora de la qualitat del producte turístic.³⁰⁷ Amb aquesta mena d'accions per professionalitzar el càmping apareix el “Carnet Internacional de Càmping” que cobria la responsabilitat civil i danys a altres persones, i, ahora, permetia acampar en terrenys lliures.³⁰⁸

Amb tots aquests nous perfils, juntament amb una major quantitat de turistes, un altre tipus d'oferta se sumava a l'experiència del càmping. Entre aquestes, la gastronomia va començar a prendre rellevància dins d'aquest context al 1982. Un exemple d'això és el cas del restaurant “El Celler” del Càmping les Tries que va oferir gastronomia tradicional als turistes del càmping, ressaltant els productes de temporada i aportant l'autèntica gastronomia autòctona.³⁰⁹



A mesura que passaven els anys s'anunciaven i aprovaven projectes d'emplaçament per a càmpings, com és el cas del Càmping Planoles que promou la Societat Càmping Planoles i del Càmping Rabitt de Roses, que va promoure el senyor Alfredo Cortel.³¹¹ Amb les expansions i el càmping en creixement, va sorgir la necessitat d'actualitzar la legislació vigent per a càmpings, que no havia estat modificada des del 1966.³¹²

A part de la publicitat que es realitzava des dels càmpings i la promoció del turisme per part d'institucions governamentals, alguns esdeveniments internacionals, com el Mundial del 82, prometien l'arribada de més turistes, especialment a Barcelona. En aquest context, diversos càmpings i administradors es van preparar millorant les seves instal·lacions per oferir una bona imatge i prestigiar encara més la zona de càmpings més important d'Espanya.³¹³

Fotografia:
Anunci publicitari del restaurant El Celler de Càmping Les Tries.³¹⁰

306 Ayer en Viladecans: inaugurado el camping naturista. (13 d'agost 1981). Excursionismo, Primer concurso de Camping. La Vanguardia, (35.816), 4.

307 Buenas perspectivas para el turismo en Cataluña. (4 de juny de 1981). La Conselleria de Comerç presenta nuevos carteles sobre paisajes y monumentos. Gestión de campings. La Vanguardia. Barcelona, (35.756), 38.

308 Carnets. (1 d'agost de 1981). Carnet internacional de càmping (i.z.v.). Perxada, (20), 9.

309 Anaya, M. (27 de setembre de 2001). Restaurant “Celler les tries”. La Comarca d'Olot, (170), 15.

310 Anunci publicitari del Restaurant El Celler. (8 d'abril de 1982). La Comarca d'Olot, (162), 3.

311 Generalitat de Catalunya. (1 d'abril de 1982). Departament de Política Territorial i obres públiques. Direcció General d'Urbanisme. Servei d'Urbanisme De Girona. Boletín Oficial de la provincia de Girona, (48), 11.

312 Pronta aprobación del Reglamento de Camping. (6 de febrer de 1982). Bagó: “Cataluña puede acoger satisfactoriamente al turismo”. La Vanguardia. Cataluña, Barcelona, (35.966), 21.

313 Serra, M. (11 de juny de 1982). El Baix Llobregat quiere convertirse en el área de “relax” de Barcelona durante el Mundial 82. Castelldefels, Viladecans, Gava y El Prat desean darse a conocer al visitante para que en años sucesivos regrese a la zona turística. La Vanguardia. Cataluña, Comarcas, (36.080), 33.

Fotografies:
1. Càmping Mascort (1982). Vista aèria de la zona del càmping. Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Bella Terra (1982). Entrada al càmping. Fotografia atorgada pel càmping Bella Terra.



En aquesta mateixa època, a Vilanova i la Geltrú es va inaugurar un dels millors càmpings d'Europa, amb capacitat per a 13.000 persones. Es destaquen les seves bones instal·lacions i infraestructura.³¹⁴ De la mateixa manera, la Guia de càmpings d'Espanya de 1982 va destacar el creixement del caravàning al país, amb una estimació d'entre 60.000 i 80.000 caravanes, moltes de les quals es trobaven estacionades en càmpings.³¹⁵ En aquest sentit, el caravàning es veu com un nou model de turisme que ofereix nombrosos avantatges, com el contacte amb la natura, la companyia i el confort de les caravanes, que inclouen diverses comoditats com cuina, bany i calefacció. Així mateix, els aficionats al caravàning valoren el respecte pel medi ambient i la possibilitat d'acampar en llocs naturals.

El 1983 va ser un any important en la història dels càmpings a Catalunya, ja que l'augment del turisme internacional era evident. Catalunya es va posicionar com a focus per al turisme, registrant xifres com aquestes: “84% dels turistes holandesos que venen a Espanya en càmping ho fan a Catalunya”³¹⁶ i “la Costa Brava i la Costa Daurada acullen gairebé la meitat del turisme belga que ve a Espanya”.³¹⁷ De la mateixa manera, la comunitat catalana continua sent una de les destinacions amb major turisme d'Espanya, ja que els ingressos en divises generats a Catalunya pel turisme van ascendir a 2.500 milions de dòlars, un 36 % del total peninsular.³¹⁸



L'any 1984, molts càmpings de la regió van destacar per les seves equipades instal·lacions, adquirint reconeixements com “L'únic càmping de luxe de Catalunya: Cypsela, a la Costa Brava, seleccionat per l'Associació Alemanya de Conductors (ADAC), amb més de sis milions i mig de famílies associades, com un dels dotze càmpings més bells d'Europa”.^{319,320} Aquest és el cas també del Càmping Delfín Verde, el qual va destacar per les seves instal·lacions, especialment per la seva piscina.³²¹

Fotografies:
1. Càmping Interpals piscina (1983). Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Cypsela bugaderia (1983). Fotografia atorgada pel càmping.
3. Càmping Laguna (1983). Fotografia atorgada pel càmping.

319 Campings recomendados. (21 de juny de 1984). El único camping de lujo de Catalunya: Cypsela en la Costa Brava. *La Vanguardia*, (36.813), 31.
320 Campings recomendados. (20 de juliol de 1984). Recientemente seleccionado como uno de los campings más hermosos de Europa: Cypsela, en la playa de Pals. *La Vanguardia*, (36.842), 33.
321 Campings recomendados. (12 de juliol de 1984). La mayor piscina de la Costa Brava: Delfin Verde. *La Vanguardia*, (36.834), 20.

Fotografies:
1, 2. Càmping Vilanova Park caravàning i càmping (1984-1988). Vista tendes de càmping i Caravàning. Fotografies atorgades pel càmping.
3. Càmping Mascort (1984) Càmping i caravàning. Fotografia atorgada pel càmping.



322 Campings recomendados. (19 de juliol de 1985). Un nuevo concepto de camping: Castell Montgrí. *La Vanguardia*, (36.842), 2.

La demanda en el sector dels càmpings s'incrementa, amb reserves que van des del maig al setembre. Com a mostra, hi ha el Càmping Castell Montgrí, el qual redefineix l'experiència a l'aire lliure a la Costa Brava, ja que mostra una concepció moderna i ofereix nous serveis. Aquest complex de més de 10.000 metres quadrats s'integra a la natura, oferint una àmplia gamma de serveis i el redefeixen com “un oasi de solàrium” amb zones amb jardins per poder gaudir del paisatge del riu Ter, el delta, els pujols i el mar. Disposa d'instal·lacions espaioses i de primer nivell, amb diversitat d'activitats.³²²



Ja a l'any 1985, a les platges del sud de Barcelona, integrades a la comarca del Baix Llobregat, esdevenen una de les zones turístiques de “càmpings” més important de Catalunya. Un fet reforçat amb la medalla plata al Mèrit Turístic del Càmping de Gavà. Clemente Torras, el seu director, esmenta el següent: “nosaltres pretenem donar als turistes unes instal·lacions i uns serveis que estiguin a nivell europeu i, a més, es viatja durant l'hivern a diverses fires europees per fer promoció”.³²³

La infraestructura catalana i la tradició de contacte amb la natura van convertir a Catalunya en la destinació de més del 60% dels practicants d'aquesta modalitat d'oci a l'aire lliure a Espanya. El perfil són parelles o famílies que gaudeixen més d'aquesta pràctica arribant al 60% del total dels interessats, a més, prioritzen la natura, la llibertat i la flexibilitat dels seus itineraris. Expressen la veritable personalitat de cadascun, socialitzant d'una manera més natural i empàtica forjant amistats amb altres campistes. D'altra banda, s'obre un nou públic als jubilats, perquè puguin gaudir del càmping caravàning.³²⁴



Fotografies:
1. Entrada al Càmping Costa Brava (1985). Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Nautic Amalta vista del caravàning i càmping (1985). Fotografia atorgada pel càmping.

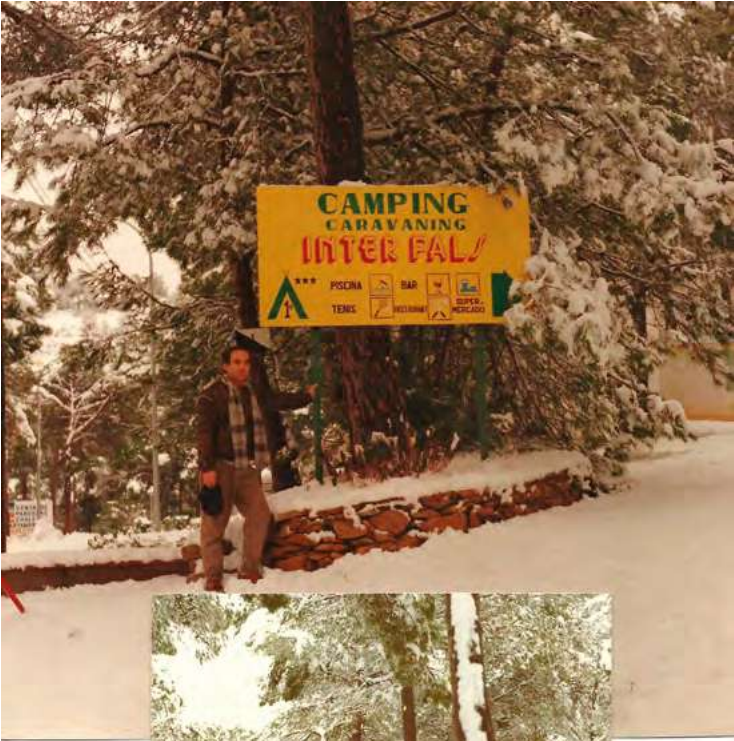
323 Catalunya. (16 de juliol de 1985). El sector de Campings del Baix Llobregat opina que la temporada turística será buena. *La Vanguardia*, (36.842), 21.
324 Granda, J. (25 de juny de 1986). Turismo. Una tradición que se inició a principios de este siglo y que crece espectacularmente en Cataluña desde 1960. El campismo, o la naturaleza como alojamiento. *La Vanguardia*, (37.539), 37.

Fotografia:
Càmping Interpals entrada cartell i parc (1986). Fotografia atorgada pel càmping.

325 Rodriguez, M. (16 d'agost de 1985). Cataluña. Los campings catalanes albergan en estas fechas alrededor de un cuarto de millón de veraneantes. *La Vanguardia*, (37.229), 13.
326 Hora d'Estiu. (15-21 de juliol de 1986). Normativa vigent sobre acampades lliures. *Hora Nova*, periòdic independent de l'Empordà, (471), 7.
327 Freixa, E. (25 de juny de 1986). Turismo. La Federación Española de Camping y Caravaning agrupa a cincuenta clubs. Las acampadas, lugar de encuentro para ofertas de turismo internacional e intercambio de ideas. *La Vanguardia*, (37.539), 40.
328 Modrego, P. (25 de juny de 1986). Turismo. La normativa debe armonizar la naturaleza con el alojamiento de los usuarios. El éxito comercial de los campings estriba en la preservación y conservación del paisaje natural. *La Vanguardia*, (37.539), 43. <https://www.lavanguardia.com>

L'any 1985, la Federació Catalana de Càmpings i La Vanguardia van destacar que més del 60% dels turistes a Catalunya eren estrangers, de manera que el 80% de l'ocupació en càmpings era estrangera. Per províncies, Girona tenia la major quantitat de càmpings, seguida de Tarragona, Barcelona i Lleida.³²⁵ Al 1986, es va establir una normativa pel Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya sobre les acampades lliures, especificant les condicions i restriccions per aquestes activitats.³²⁶

En aquest mateix any, es va destacar l'organització dels campistes espanyols en 50 clubs federats, oferint beneficis com el carnet de càmping internacional i assegurances de responsabilitat civil; a més, la federació publica la "Guia de la FECC de terrenys de càmping", on els usuaris poden valorar els càmpings espanyols, la qual cosa la fa una eina valuosa per als amants de l'acampada i el caravaning.³²⁷ També es va inaugurar el Càmping Caravaning Bedura Park a la Vall d'Aran, Lleida.³²⁸



En aquesta mateixa dècada, l'Associació Empresarial de Càmpings de la Costa Daurada, amb 72 empreses, va ser reconeguda per la seva diversitat de terrenys i serveis oferts. En aquest context, els càmpings en la Costa Daurada no només proporcionaven comoditats bàsiques, sinó també instal·lacions recreatives com piscines climatitzades i escoles de windsurf.³²⁹

Així mateix, la Unió Caravanista de Catalunya va rebre el Premi de la Generalitat per la seva contribució al turisme sostenible a Catalunya, reconeixent la seva tasca en la promoció del turisme responsable.³³⁰ A més, es va dur a terme l'Acampada Nacional al Càmping La Ballena Alegre, amb la participació de més de 4.000 campistes de tot Espanya.³³¹

El 1987, el món del càmping i les caravanes va rebre un impuls significatiu amb la publicació de dues guies destacades: d'una banda, la Federació Espanyola de Càmping van publicar la "Guia de Terrenys de Càmping",³³² una exhaustiva compilació que comprenia no només Espanya, Portugal i Andorra, sinó també una selecció dels millors càmpings de tot Europa. Aquesta guia oferia als viatgers informació detallada sobre la qualitat, instal·lacions i atenció al client de cada càmping, convertint-se en una eina essencial per a aquells que planificaven les seves vacances a l'aire lliure.

D'altra banda, la guia anual de càmpings de l'ADAC, un referent a Alemanya en la matèria, va destacar 37 càmpings amb l'etiqueta "super", entre els quals en figuraven tres situats a Catalunya: Càmping Cypsela a la Platja de Pals



Fotografies:
1. Càmping Aquarius festa (1986).
Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Nautic Amalta vista del caravàning i càmping (1985).
Fotografia atorgada pel càmping.

³²⁹ Font de Rubinat, F. (26 de març de 1986). El camping, sus usuarios y sus comodidades. Turismo. De todo el mundo. La Vanguardia, (37.637), 30.

³³⁰ Servicio para la Hostelería y el Turismo del Banco de Sabadell. (31 de desembre de 1986). Turismo. Este Any también se bate en España un récord en el número de visitantes. La Vanguardia, (37.727), 31.

³³¹ XXVIII Acampada de la FECC. (26 de març de 1986). Turismo. De todo el mundo. La Vanguardia, (37.449), 26.

³³² Guía de terrenos de camping. (22 d'abril de 1987). Turismo. La Vanguardia, (37.837),38.

³³³ Los 37 mejores campings de Europa, según ADAC. (29 d'abril de 1987). Turismo de todo el mundo. La Vanguardia, (37.844), 36.

³³⁴ E. P. (4 d'agost de 1987). Mont-roig concentra la oferta turística en siete campings. La Vanguardia, (37.941), 16.

³³⁵ Periodistas turísticos de toda Europa visitan Cataluña. (16 de setembre de 1987). Turismo de todo el mundo. La Vanguardia, (37.984), 32.

³³⁶ Ambros, I. (5 de novembre de 1987). Economía. El turismo en Cataluña aumentó el 6 por ciento en el transcurso de los nueve primeros meses de este año. La Vanguardia, (38.034), 64.

³³⁷ Un sector en transformació. (23 de juny de 2009). La Vanguardia. Un futur per a la Costa Brava, 34(33-34).

(Girona), Càmping La Torre del Sol i Càmping Platja Montroig a Montroig (Tarragona).³³³ A més, la guia va ressaltar la creixent oferta d'oci i serveis en els càmpings europeus, des de programes d'animació fins a pistes de tennis i discoteques, demostrant així que el càmping modern anava molt més enllà de simplement acampar.

En aquest moment, amb set càmpings en el seu territori, incloent-hi un dels tres millors d'Europa, Montroig es va convertir en una gran destinació pels amants del sol i la platja. Durant els mesos de juliol i agost, la demanda era tan alta que tots els càmpings de Montroig, Salou, Cambrils i la Costa Daurada estaven completament ocupats, i més del 60% dels visitants eren alemanys. Aquest increment turístic no va passar desapercebut, especialment quan la Platja Cristall de Montroig va rebre la prestigiosa Bandera Blava, un reconeixement als seus alts estàndards de seguretat i neteja. Aquest guardó, juntament amb el suport de l'Ajuntament de Montroig, es va considerar un impuls significatiu per al turisme local, consolidant encara més la reputació de la regió com una destinació de somni per als amants del càmping i la platja.³³⁴

El 1987, un grup de periodistes turístics de tota Europa va realitzar un viatge informatiu per Catalunya, explorant tant els càmpings de muntanya com els de costa, organitzat per la Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances en col·laboració amb la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Aquest viatge va destacar el prestigi dels càmpings a Europa, elogiant les seves excel·lents instal·lacions i l'àmplia gamma d'activitats ofertes.³³⁵

L'any següent, la publicació de la "Guia FECC de terrenys de Càmping, Espanya i Europa" va oferir als viatgers informació detallada sobre 900 càmpings a Espanya i 364 a Europa, destacant les seves instal·lacions, serveis, preus i ubicació. Pel que fa a novetats locals,³³⁸ Lloret de Mar va anunciar la instal·lació d'un càmping amb capacitat per a 900 places,³³⁹ mentre que la Costa Daurada va celebrar l'arribada del seu primer càmping naturista,³⁴⁰ situat a Vandellòs-l'Hospitalet. Pel seu compte, el Càmping Vall d'Aro va acollir un esdeveniment amb l'exhibició d'unes 300 motocicletes, mostrant l'estreta relació entre el motociclisme i la cultura del càmping en la Costa Brava.³⁴¹

Al 1988, Cambrils disposava de 15 càmpings amb 8.000 places.³⁴² A finals dels anys 80, els càmpings formaven part de la identitat catalana i s'entenien com una indústria en la qual la conservació i preservació del paisatge i de la natura eren les estratègies comercials, reflectint que en els càmpings l'ecologia i l'economia vivien en harmonia, sense destruir el paisatge ni causar danys irreparables a la natura.³⁴³



Fotografies:
1. Guia FECC de terrenys de Càmping, Espanya i Europa (1988).³⁴⁴
2. Càmpings Rifort Parcel·les (1988).
Fotografia atorgada pel càmping.

- ³³⁸ La guía FECC. (13 d'abril de 1988). Turismo. Publicaciones. La Vanguardia, (38.121), 59.
- ³³⁹ Sociedad. (18 de maig de 1988). Lloret contará con su primer "camping". La Vanguardia, (38.226), 29.
- ³⁴⁰ Sociedad. (14 de juliol de 1988). La Costa Dorada contará con un "camping" naturista. La Vanguardia, (38.253), 33.
- ³⁴¹ Ros, E. (14 de juliol de 1988). Sociedad. Tener una Goldwing, ¡qué. pasada! La Vanguardia, (38.253), 27.
- ³⁴² Martín, X & Martínez, A. (2020). Arquitecturas del turismo informal. El habitar lúdico en la naturaleza. Ediciones asimétricas. ISBN 978-84-17905-39-2.
- ³⁴³ Modrego, P. (25 de juny de 1986). Turismo. El éxito comercial de los campings estriba en la preservación y conservación del paisaje natural. La Vanguardia, (37.539), 43.
- ³⁴⁴ La guía FECC. (13 d'abril de 1988). Turismo. Publicaciones. La Vanguardia, (38.121), 59.

Fotografia:
Tarda d'activitats infantils en un càmping (1989).³⁴⁶

Amb el pas dels anys, els càmpings comencen a diversificar la seva oferta, incorporant animadors, seguint la tendència dels clubs de vacances i les pistes d'esquí, ja que els nens tenen una veu important a l'hora d'escollir el lloc de vacances. Per això, els programes d'animació es van tornar cada vegada més populars en els càmpings, els animadors s'ocupaven dels nens durant unes hores al dia, la qual cosa suposava un descans per als pares.

En aquest context, va destacar el Càmping Vall d'Aro que comptava amb una escola pròpia d'animació. Aquesta creixent demanda d'animació indica que els càmpings estaven evolucionant per oferir una experiència més completa als seus clients, especialment a les famílies.³⁴⁵



A finals dels 80, la paraula "vacances" evocava una diversitat d'emocions i activitats, sent per a molts sinònim d'acampar i gaudir d'uns dies de descans en contacte directe amb la natura. Amb el creixement del turisme, el càmping es va convertir en una de les opcions més populars a causa de la seva mobilitat, economia i sensació de llibertat. No obstant això, l'augment de campistes va portar amb si problemes com la brutícia i la destrucció del medi ambient. Encara que els càmpings oficials van intentar solucionar aquests problemes, les autoritats han hagut d'intervenir i regular aquesta forma de turisme, prohibint el càmping lliure. Davant aquesta situació, sorgeix el debat sobre la necessitat de fer complir la llei i la possibilitat de crear càmpings, siguin privats o municipals, per consolidar el turisme en llocs com Besalú.³⁴⁷

L'Any 1988 la "Guia FECC de terrenys de Càmping, Espanya i Europa" va oferir als viatgers informació detallada sobre 900 càmpings a Espanya i 364 a Europa, destacant les seves instal·lacions, serveis, preus i ubicació.



Fotografies:
Càmping Ballena Alegre (1988).
1. Zones verdes i vista parcial del càmping.
2. Platja del càmping.
3. Piscina del càmping i vista parcial de la platja.
Múltiples instal·lacions del càmping. Fotografies atorgades pel càmping.

Fotografies:
Finals 80 inicis 90 Càmping Mascort (1989).
1. Família compartint tenda.
2. Família a la cabana del càmping.
Múltiples instal·lacions del càmping gaudi en família. Fotografies atorgades pel càmping.



A principis dels 90, Catalunya era la comunitat amb major quantitat i qualitat de càmpings d'Espanya. El perfil de campista nacional es caracteritzava per ser parelles de mitjana edat amb nivells educatius baixos, encara que en el cas de turista estranger, aquest tenia estudis educatius superiors als anys 90, el càmping és una activitat que comparteix amb la família.³⁴⁸ Molts dels quals anaven als càmpings ho feien en les seves caravanes, que en el seu moment s'entenien com una manera de passar les vacances, de manera econòmica i amb una vida de llibertat i en contacte amb l'aire lliure i la natura.

Emili Freixa, president de l'Unió Caravanista de Catalunya i un dels pioners en aquesta pràctica al país, destaca que moltes persones trien la caravana per motius econòmics, però tenir afinitat pel càmping i el caravàning requereix una vocació. El caravàning és una forma de vida a l'aire lliure, en plena natura, i aquesta és l'essència que busquen els caravanistes.³⁴⁹

348 Agència Efe. (20-26 de febrer de 1990).Informacions. Catalunya és la comunitat amb més i millors càmpings.Els batxillers i els universitaris estrangers constitueixen els seus principals clients. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (651), 10.
349 Caminada, D. (17-23 d'abril de 1990). Catalunya concentra la meitat dels caravanistes de l'Estat espanyol. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (659),30.

A principis dels anys noranta, a Tarragona es va iniciar una transformació que convertiria a Prades en el municipi pioner del turisme interior de les comarques, cosa que permet l'entrada del càmping, la proliferació de segones residències i cases de pagès transformades en allotjaments turístics que van marcar un canvi en aquest territori. Els precursors del turisme a Prades van ser Salvador Pons, el qual atenia els primers turistes en una casa de pagès a mitjans de segle XX, i Josep Sans, mecànic que va obrir el primer càmping de primera categoria,³⁵⁰ diversificant encara més l'oferta del turisme i el càmping.



Una època que va aconseguir rècord de visitants, especialment el mes d'agost de 1990, ja que al Pirineu de Lleida es va experimentar una ocupació del 100% en càmpings a la Vall d'Aran i del 90% al Pallars Sobirà, generant per al turisme de muntanya a Lleida optimisme en el sector hostaler. Aquest augment del turisme es va ocasionar per la naixent oferta d'activitats d'estiu, com esports aquàtics, hípica, bicicleta de muntanya o simplement l'assossec de la muntanya. Les comarques que van presentar major afluència van ser la Vall d'Aran, Pallars Sobirà, Alta Ribagorça, Pallars Jussà, Alt Urgell i la Cerdanya.³⁵¹

Fotografia:
Càmping Aquarius festa (1990).
Tendes en el terreny de càmping.
Fotografies atorgades pel càmping.

³⁵⁰ Giralte, E. (5 d'agost de 2004). Los aires mágicos de Prades. La Vanguardia. Vivir, 6.
³⁵¹ Echauz, P. (19 d'agost de 1990). Sociedad. El Pirineo logra récords de visitantes y consolida su oferta de verano. La Vanguardia, (39.042),21.

Fotografies:
1, 2.Càmping Sangulí Polinèsia Caribe (1991).
Construcció de la zona temàtica.
Vista llunyana de la zona. Múltiples instal·lacions del càmping, construcció de la zona temàtica Polinèsia Caribe.
Fotografies atorgades pel càmping.
3. “De viatge i amb la casa a sobre, com un cargol”(1984). ³⁵⁴

³⁵² Ortega, J. (13-19 d'agost de 1991). El turisme nacional cada any té més importància. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (772), 27.
³⁵³ Aroca, J. (29 d'abril de 1991). Acampadas con garantía. Están a la venta las principales guías sobre campings. La Vanguardia. Revista, 12. [https](https://www.lavanguardia.com/horadeviaje/1991/04/29/125111acampadas-con-garantia-están-a-la-venta-las-principales-guías-sobre-campings-19910429.html)
³⁵⁴ Aroca, J. (31 de març de 1984). Acampadas con garantía. Están a la venta las principales guías sobre campings. La Vanguardia. Revista, 12.



L'any 1991, el turisme nacional a Roses va aconseguir un important creixement, promogut pel regidor de Turisme. Tanmateix, en aquella època, es busca atreure turistes provinents de la proximitat de llocs com Barcelona, País Basc, Aragó i Andorra.³⁵² En aquest mateix any, es van publicar diverses guies que parlaven de càmpings, la "Guia Oficial de Càmpings" i la "Guia Europa Càmping Caravàning 91" van ser les més completes, oferint informació general sobre els càmpings del territori; també altres guies com la "Guia ibèrica de càmpings" i la "Guia Càmping 1991" van proporcionar detalls específics sobre la península Ibèrica i Europa respectivament, incloent-hi drets del consumidor.³⁵³

A la mateixa època, el caravàning es continua promovent com una alternativa d'allotjament, permetent portar la "casa a sobre". En el seu moment, es promocionen dos tipus de vehicles principals: autocaravanes i caravanes, cadascun amb els seus avantatges en autonomia i independència, però també amb diferents consideracions de cost i potència d'arrossegament.³⁵⁵

Enmig del creixement del caravàning, Emili Freixa, president de la Unió Caravanista de Catalunya, va optar per regulacions més estrictes per a aquesta pràctica, sol·licitant major control per part de les autoritats.³⁵⁷



Diccionario de pequeñas comodidades y grandes lujos

■ En realidad, las caravanas no son más que casas rodantes. Por eso, y en aras de la comodidad, hay un sinnúmero de accesorios de todo tipo, precio y condición cuya máxima es hacer del caravanning un paraíso. Desde lámparas hasta mosquitos (4.000 pesetas) hasta antenas de televisión para disfrutar en cualquier parte de la caja (bolsa 19.000 pesetas), el caravanista puede optar por elementos tan diversos como las planas solares, que por algo más de 70.000 pesetas, ofrecen una fuente de energía autónoma. En el apartado de la autonomía está el generador Minimax 3.600, una solución ideal para los viajes largos que proporciona energía eléctrica sin límites; funciona con gasoil y cuesta 864.000 pesetas. Para un verano fresco, lo mejor es dotar a la caravana de un potente aparato de aire acondicionado que puede costar unas 192.000 pesetas; otra opción más barata es un mecanismo de aireación automática cuya misión es ventilar y renovar el aire de la caravana, cuyo termostato se activa por sí solo y, por medio de un sensor, se cierra automáticamente en cuanto detecta las primeras gotas de lluvia.

Para que las vacaciones lo sean realmente es preciso llevar un buen equipo de electrodomésticos. Se impone el lavavajillas a bordo, poco más de 35.000 pesetas cuesta uno de dimensiones mini y con capacidad para cuatro servicios; una nevera y un congelador (35.000 aproximadamente cada uno) completan la cocina, si su caravana no estaba ya equipada. Por lo que se refiere a las baterías de cocina —"popotes" en el argot de los caravanistas— diseñadas con el pretexto del ahorro de espacio adherente y antideslizante, por el módico precio de 300 pesetas.

Si la euforia de adquirir más y más complementos ha hecho prácticamente inviable llevarlo todo a bordo de la caravana, hay soluciones: portacupajetas o cofres. Estos últimos son unos útiles artilugios que significan el fin de la individualidad manifiesta, se han creado también objetos de consumo íntimo y reservado, como la tapa de WC, de uso personal e intransferible, que ocupa muy poco espacio porque es plegable y se anuncia como inalterable al uso y al lavado. Cuesta 1.500 pesetas.

Si el caravanning le atrae, pero todavía no está dispuesto a adquirir uno de estos vehículos puede decidirse por alquilar una autocaravana. Una de seis plazas, en temporada baja, puede costar 17.000 pesetas diarias, con kilometraje incluido, o 24.000 en plena temporada si, además, se prefiere el kilometraje ilimitado. Una completa autocaravana de cinco plazas cuesta unas 14.000 pesetas en temporada baja y sobre las 22.000 en temporada alta.

Los precios, normalmente, no incluyen la tarifa de salida del líquido que precisa el WC ni el gas butano y, si se quiere, se puede alquilar con servicios de mesa y cocina, sábanas, mantas, estofados. Las posibilidades son muchas y, lógicamente, los precios también.

Otra fórmula muy atractiva que también se puede llevar a cabo en régimen de alquiler, es el viaje con casa incluida por el extranjero, a países como Gran Bretaña, Francia, Italia, Turquía, Estados Unidos, Canadá o los países escandinavos para los que, organizaciones como Area de Barcelona, realizan reservas de avión y vehículo.

pero del disgusto en lo que se refiere a utilidades, están a la venta por unas 6.000 o 9.000 pesetas. Para mantener una comida placentera en tránsito sin temor a resaca cubrir la mesa con un mantel

Fotografies:
1. Imatge i plans de l'interior d'una caravana (1984).³⁵⁶
2. Càmping Aquarius (1991). Entreteniment. Fotografia atorgada pel càmping.

Fotografia:
Càmping Aquarius (1991).
Entreteniment en família, vida al càmping. Fotografia atorgada pel càmping.



L'any 1992, la Garrotxa continua sent un focus de turisme. El Càmping Lava se suma a l'oferta turística de la regió³⁵⁸: un dels principals atractius de la zona eren les seves muntanyes i entorns naturals, factors que van permetre que les carreteres i camins de l'entorn natural garrotxí notessin un augment en el trànsit de vehicles tot terreny, motocicletes, bicicletes de muntanya juntament amb els vianants.³⁵⁹

En aquest context, La Garrotxa comença a ser reconeguda com una zona de turisme de càmpings. Dins de l'oferta, es trobava el Càmping La Fageda, situat en un marc de verdor i tranquil·litat que el converteix en un lloc ideal per als amants del repòs i de la natura.³⁶⁰

En aquest territori, especialment en l'Alta Garrotxa, l'alternativa més viable per crear infraestructura turística és el càmping-masia, ja que aquesta permetia solucionar principalment dos problemes que afectaven de manera directa la zona: el primer, un problema ecològic generat per l'alta afluència de gent que practica l'acampada lliure, sense control, que provoca una degradació important del medi ambient; el segon problema és el despoblament de l'Alta Garrotxa per a anar a la ciutat, a causa del baix poder adquisitiu que comporten les activitats tradicionals d'aquest espai.³⁶¹

Al 1993, per tal de solucionar aquesta mena de problemes, especialment els associats a l'acampada il·legal, diversos càmpings de la Garrotxa es van unir, com ara el Càmping Les Tries i el Càmping La Fageda a Olot, el Càmping Coguleres i el Càmping Lava a Santa Pau, el Càmping Ca Vilà, el Càmping Ca Banal i el Càmping Els Alous a Montagut, el Càmping Masia de Sadernes a Sales de Llierca, i el Càmping Vall d'Hostoles a Sant Feliu de Pallerols. El col·lectiu tenia com a objectiu reunir-se amb la presidenta del Consell Comarcal de la Garrotxa per plantejar les seves preocupacions i regular l'obertura de nous càmpings a la comarca.³⁶²

- 358 El càmping "Lava" s'afegeix a l'oferta turística de La Garrotxa. (9 de juliol de 1992). Doble Set, (37), 13.
- 359 Valeri, X. (26 de març de 1992). La febre de la bicicleta de muntanya. Doble Set, (22), 16.
- 360 Capdevila, A., Sánchez, S. (19 d'agost de 1993). La Garrotxa, comarca turística. Al·lojaments. La Comarca d'Olot, (719), 18.
- 361 Crònica. (1 de gener de 1993). Principales acuerdos adoptados por la diputación. Revista de Girona, (156), 38.
- 362 Noticias. (13 de maig de 1993). Socials. Els càmpings s'associen per fer front a l'acampada il·legal. La Comarca d'Olot, (707), 13.

L'any 1994, la Secretaria General de Joventut de la Generalitat de Catalunya va publicar un fullet que detallava els terrenys disponibles per acampar en diverses comarques catalanes i dur bones pràctiques associades a aquesta forma de turisme; aquests terrenys, alguns semi càmpings i altres menys adequats, eren dirigits a entitats registrades, centres escolars i entitats socioculturals.

Durant aquest mateix any, es va plantejar la dificultat de trobar espais adequats per a campaments, especialment en comarques com la Garrotxa, el Ripollès i el Pallars Jussà i Sobirà, on les oportunitats d'acampar s'han anat reduint a mesura que augmentaven la quantitat de càmpings.

En aquest mateix context, es ressalta la importància de regular l'afluència a la muntanya per protegir l'entorn: es proposa que els centres excursionistes siguin considerats de manera especial i s'opta per reconèixer zones tradicionals d'acampada com a espais públics per instal·lar campaments.

En alguns articles s'expressa certa preocupació per la regulació que afavoreix la instal·lació d'espais d'acampada en càmpings i es ressalta la importància d'educar en aspectes com l'adaptació a la natura, el respecte al medi ambient i la construcció d'esperit de companyerisme.³⁶³



Fotografies:
Càmping El Pla de Mar (1994).
1. Vista detall cabanes.
2. Vista aèria del càmping.
Infraestructures del càmping.
Fotografia atorgada pel càmping El Pla de Mar.

363 Rubirola i Sitjas, D. (juny de 1994). Terrenys d'acampada.
Drecera: Butlletí de la Colla Excursionista Cassanenca, Any XV(36), 3.

Fotografia:
Càmping Interpals entrada cartell i parc (1986). Fotografia atorgada pel càmping.

En aquell any, el turisme es defineix com una pràctica que comprèn activitats relacionades amb l'atracció, prestació de serveis i satisfacció de les necessitats dels turistes, entenent-ho com un sector que genera molta ocupació, principalment de manera estacional i discontinua. A Catalunya, amb una important afluència de turistes durant l'estiu en restaurants, bars, hotels i càmpings, hi ha una demanda creixent de personal en el sector. Els treballs en el sector turístic inclouen, d'una banda, ocupació directa en empreses turístiques com hotels, agències de viatges i càmpings; i d'altra banda, ocupació indirecta en establiments relacionats com les discoteques i tendes.

Fins a aquell moment, a Catalunya, només hi havia dues modalitats regulades com a oferta d'allotjament turístic exclusivament rural: la "residència-casa de pagès" i el "càmping-masia". La "residència-casa de pagès" es presentava com una modalitat d'allotjament turístic en un habitatge rural. Aquesta modalitat va ser creada a Catalunya mitjançant un decret de l'any 1983 com un instrument per millorar els ingressos de les famílies que viuen en el medi rural. Contràriament, el "càmping-masia" va ser regulat per primera vegada l'any 1982, amb l'objectiu de promoure l'equipament turístic a les comarques de l'interior i muntanya.³⁶⁴

Com més passen els anys, es fa més evident l'interès pel contacte amb la natura i en aquest sentit el càmping es converteix en la millor forma de turisme per aconseguir-ho. Regions com la de l'Alt Empordà³⁶⁵ van ser testimonis del creixement del turisme nacional sota aquesta modalitat, que

364 Vaqué i Boix, E. (1 de juliol de 1994). Iniciatives públiques de suport al turisme. Revista de Girona, (165), 20(71-77).

365 Ells i elles protagonistes. (13 de setembre de 1994). Els turistes espanyols han estat els visitants més assidus dels càmpings de l'Alt Empordà aquest estiu. Hora Nova : periòdic independent de l'Empordà, (875), 19.

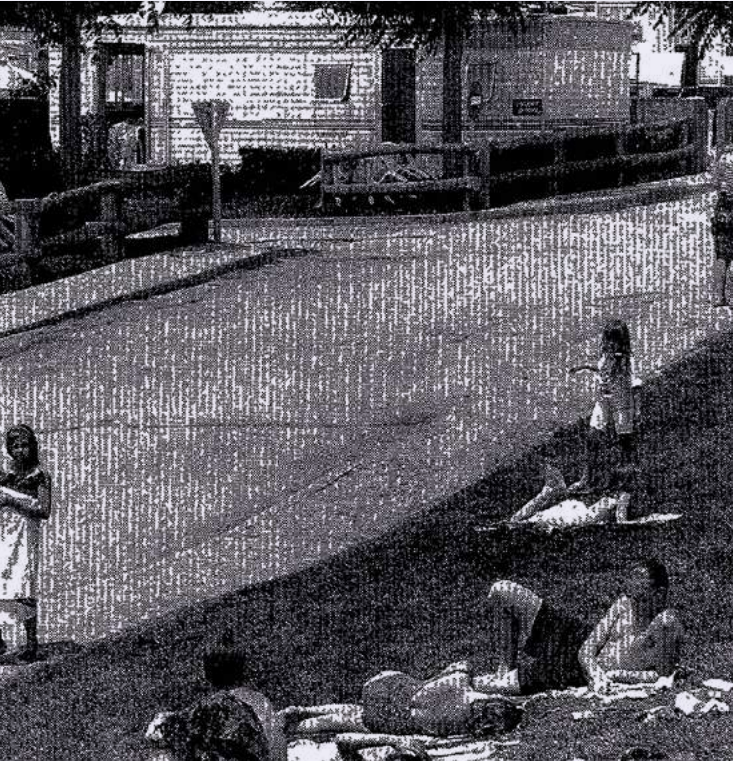
366 Macpherson, A. (8 de juny de 1995). Cataluña promociona su oferta turística entre los comités de empresa de Francia. La Vanguardia, (40.781), 37. https

amb el temps es va tornar més popular i atractiva entre els espanyols.

L'any 1995 Catalunya promou la seva oferta turística entre els comitès d'empresa de França, que compten amb un important pressupost per activitats socials, destinant més d'un terç a subvencionar vacances. En col·laboració amb Renfe, Iberia i el Consorci de Promoció Turística, empreses que organitzen vacances a Catalunya van presentar les seves ofertes en un esdeveniment dedicat als comitès d'empresa a París. Les opcions més populars inclouen estades en apartaments a la platja o hotels, rutes gastronòmiques, campaments i programes esportius per a nens, a més de càmping i caravàning. En aquell moment França representava el principal mercat turístic per a Catalunya, amb més de 7 milions de visitants a l'any.³⁶⁶

Així doncs, la Generalitat recomana als càmpings millorar els seus serveis per ser més competitius a partir d'un estudi realitzat pel Clúster Consulting pel Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat i que porta el títol de "Pla de reforçament de la competitivitat del càmping a Catalunya". Aquesta recerca va afirmar que aproximadament el 53% dels campistes espanyols triaven Catalunya per a les seves vacances.

Aquest estudi inclou una enquesta realitzada als propietaris de 32 càmpings de Catalunya i a 500 dels seus usuaris, assenyala diversos aspectes que es consideren prioritaris per al seu millor funcionament. Entre ells destaquen l'especialització de l'oferta (hi ha diferents tipus de persones que van als càmpings i no tots valoren els mateixos serveis per igual), la millora d'instal·lacions com les sanitàries o les dirigides a discapacitats, i intentar arribar més al mercat internacional.³⁶⁷



Dins d'aquest relat, cal destacar personatges com Rosa Marco i el seu fill David Gómez, que van fundar el Càmping Els Roures, situat a Sant Pau de Segúries, a la Vall de Camprodón. Un càmping de quatre estrelles que ocupa una roureda tranquil·la. Es comentava que un terç dels clients eren aquells que deixaven instal·lada la caravana tot l'any i disposaven d'un alt poder adquisitiu, mentre que un altre terç la instal·lava només durant la temporada; la resta alternava caps de setmana i altres dates, aprofitant quan el càmping estava complet. Aquest perfil de clients incloïa parelles treballadores amb un o dos fills, un vehicle 4x4 o una caravana.³⁶⁹

L'any 1996, en diversos articles, s'esmenten unes certes recomanacions per anar de càmping, atès que el càmping requereix preparació, un equip adequat i coneixement del lloc on s'acamparà, ressaltant que els adults han d'assessorar els nens i organitzar les rutes. També es recomana que la tenda de campanya ha de ser lleugera i fàcil de muntar i recollir.³⁷⁰ En aquest mateix any, es va llançar una campanya de promoció turística destinada a ressaltar els valors de les comarques des de Carcassona i Perpinyà fins a l'àrea metropolitana de Barcelona. Aquesta iniciativa va ser possible gràcies a la col·laboració de sis empreses d'oci a banda i banda dels Pirineus, incloent-hi socis com el Càmping Lava, que ofereix un recorregut per la zona volcànica del municipi de Santa Pau.³⁷¹

Fotografia:
Turistes prenent el sol en un càmping, imatge obtinguda de nota de premsa de la Vanguardia (1995).³⁶⁸

³⁶⁷ Vivanco, F. (28 de juliol de 1995).

La Generalitat recomienda a los campings mejorar sus servicios para ser más competitivos. La Vanguardia,(40.831), 33.

³⁶⁸ Vivanco, F. (28 de juliol de 1995).

La Generalitat recomienda a los campings mejorar sus servicios para ser más competitivos. La Vanguardia,(40.831), 33.

³⁶⁹ Madueño,E. (5 de desembre de 1995). La montaña espera a Barcelona. La Vanguardia. Revista, 2.

³⁷⁰ Mateu Sancho,J. (20 de juliol de 1996). Las acampadas del verano. La Vanguardia. Ciencia y Salud,(20),5.

³⁷¹ Noticias. Promoció d'un nou producte turístic. (22 d'agost de 1996). La Comarca d'Olot, (867), 11.

Fotografia:
1. Càmping Salatà entrada (1996). Fotografia atorgada pel càmping.
2. Càmping Nàutic Almata (1996). Família prenent el sol, esports aquàtics i oci. Fotografia atorgada pel càmping.



El Ministeri de Turisme va registrar un augment del 3% en el nombre de càmpings a Catalunya respecte a l'any anterior, és a dir, el 1995, representant un increment de l'11%. Catalunya ja comptava amb 362 càmpings, els quals estan enfocats a millorar la qualitat dels serveis oferts, considerant que el 28% dels turistes van repetir la seva estada fins a quatre ocasions.³⁷²

³⁷² Falcón, I. (15 de juliol de 1997). El Ministeri de Turisme elabora el primer estudi comparatiu dels càmpings catalans. El sector de càmpings enregistra un increment d'ingressos de l'onze per cent. Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1.018), 15.

El 1996, el càmping es va posicionar com un element clau en l'oferta turística catalana, atraient cada vegada més turistes amb major poder adquisitiu. El Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat va presentar un informe destacant que els càmpings catalans van generar ingressos amb un valor de 32.000 milions de pessetes i, a més, van allotjar a més de 3,4 milions de turistes, xifres superiors a l'any anterior.



L'augment es va atribuir en gran part al creixement del turisme intern, que va registrar 342.000 campistes addicionals. La despesa mitjana per persona en càmpings va augmentar un 7,7% respecte al 1995, arribant a les 1.523 pessetes, mentre que el temps d'estada mitjana es va reduir lleugerament a 6,16 nits. Els catalans van representar el major grup d'usuaris de càmpings (65,6%), seguits per estrangers (25,6%) i turistes d'altres comunitats autònomes (8,9%). Dins d'aquest panorama, el màxim responsable de turisme de la Generalitat, Antoni Subirà va atribuir que la favorable evolució del sector dels càmpings va ser resultat de l'esforç que realitzen els empresaris per millorar la seva oferta, ja que amb els anys els càmpings realitzen processos de reestructuració per millorar els serveis i sacrificar part de les parcel·les de cada instal·lació a canvi d'augmentar la seva grandària i, per tant, la seva qualitat.³⁷³



A finals dels anys 90, el caravàning ja es trobava posicionat com una pràctica dins del context de turisme i càmping a Catalunya. L'any 1997, durant la III Trobada del Club Caravàning Garrotxa de colònies, celebrat al Rourell de Joanetes, es va comptar amb la participació de 150 persones, incloent-hi representants de diversos clubs associats a la Federació Catalana de Càmping i Caravaning. Aquest esdeveniment es va dur a terme durant 3 mesos en el Càmping el Delfín Verde a Torroella de Montgrí, on els participants van gaudir de caminades, sortides amb bicicleta, i es van unir a les festivitats locals com la celebració de Sant Jordi.³⁷⁵



- 373 Ribas, G. (10 de juliol de 1997). El camping sube a la primera división del turismo. *La Vanguardia*. Vivir en Barcelona, 7.
- 374 Ribas, G. (10 de juliol de 1997). El camping sube a la primera división del turismo. *La Vanguardia*. Vivir en Barcelona, 7.
- 375 Esports. Activitats del Club Caravaning La Garrotxa. (30 de juliol de 1998). *La Comarca d'Olot*, (965), 27.

Fotografies:
1. Turistes de càmping, imatge obtinguda de nota de premsa "El càmping puja a la primera divisió del turisme" de la Vanguardia (1995).³⁷⁴
2. Càmping Aquarius caravaning (1997). Fotografia atorgada pel càmping.

Al 1998, cada vegada Catalunya tenia més referents internacionals i col·laborava en la planificació estratègica del turisme en altres destinacions. N'és un bon exemple el cas de l'Associació Terra d'Acolliment Turístic, on es va organitzar la visita d'un grup de representants del Ministeri de Turisme d'Uganda, en col·laboració amb l'empresa consultora THR, que estava duent a terme l'assessorament per al desenvolupament turístic de l'esmentat país africà.

En aquesta visita es va realitzar un recorregut al càmping la Fageda i el Càmping Lava amb els bungalous de fusta.³⁷⁶ L'any 1998, l'Ajuntament de Roses va presentar una campanya publicitària televisiva amb el lema "No és un somni, Roses existeix", amb l'objectiu d'impulsar el turisme regional. Amb una població pròxima als 12.000 habitants, la ciutat oferia una àmplia gamma d'opcions d'allotjament, incloent-hi 8.500 llits d'hotel, 5.700 places de càmping i 80.000 places d'apartaments, arribant a albergar fins a 120.000 persones en els dies més concorreguts de l'estiu.³⁷⁷

Mentrestant, a Pardines, un petit poble pirinenc, arrencava el tercer festival Folk Rural, dedicat a la música i dansa tradicional. La connexió d'aquesta mena d'esdeveniments amb el càmping radica en el fet que l'esdeveniment se celebrava a l'esplanada del Càmping-masia Can Barrafort, oferint un cap de setmana replet d'espectacles en plena natura, on l'acampada facilitada en el propi càmping permetia als assistents submergir-se per complet en l'experiència.³⁷⁸ La importància dels càmpings i la seva relació amb les expressions culturals es reflectia en la celebració de tota

mena d'esdeveniments culturals, que reunien expressions com la música i la pintura. Dins d'aquests en el 1998, el Rock, càmping i "estelades" a Prades: els més entusiastes militants del rock català van acampar el divendres a Prades per seguir durant dos dies als seus grups favorits.

A finals de la dècada, a Lleida, es va donar l'obertura de l'Eix Transversal que brindava noves oportunitats per captar turistes procedents de Girona. Per aquesta raó, el Patronat Intercomarcal de Turisme de la Diputació de Lleida va presentar la seva oferta turística a Girona, destacant les més de 16.000 places hoteleres i 18.000 places de càmping de muntanya disponibles a la regió. En aquest context, el regidor de turisme de Portbou, Josep Lluís Salas, expressava la seva preocupació per la falta de places hoteleres al poble, proposant la construcció d'un càmping per encoratjar als turistes a quedar-se més temps.³⁷⁹

- 376 Noticias. Una delegació del Ministeri de Turisme d'Uganda visita la Garrotxa. (11 de juliol de 1998). *La Comarca d'Olot*, (957), 18.
- 377 [...El Ayuntamiento de Roses presentó ayer una campaña publicitaria para promocionar la población a través de la televisión...]. (6 de març de 1998). Roses. Promoción turística por televisión. *La Vanguardia*, Vivir en Girona, 5.
- 378 [...La localidad pirenaica de Pardines acoge durante este fin de semana el tercer festival Folk Rural El acto se celebra en la esplanada del camping...]. (30 d'abril de 1998). Pardines. Arranca el tercer festival Folk Rural. *La Vanguardia*, Vivir en Girona, 5.
- 379 Portbou. Necesitem tenir un càmping. (21 de juliol de 1998). El regidor de turisme de Portbou, Josep Lluís Salas, explica la situació del poble aquest estiu. Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1.069), 7.

A Sant Pere Pescador, el turisme estava en creixement, especialment a través dels seus nombrosos càmpings. L'alcalde d'aquest poble, en el seu moment el senyor Florenci Bosch, va destacar la importància del turisme de qualitat i la preservació de l'ecosistema per garantir una experiència positiva als visitants.³⁸⁰ Molts dels càmpings tradicionals de la Costa Brava s'associaven amb massificació i bullici. Enmig d'aquests, van sorgir algunes ofertes alternatives en plena natura que es trobaven aïllats del turisme tradicional de càmpings; una mostra era el càmping de Prades, amb les seves 219 places: “aïllat del bullici playero” les instal·lacions són recomanables per a tota mena de públic, però especialment per al turisme familiar”.³⁸¹

Mentrestant, la Seu d'Urgell va viure un creixement turístic gràcies als cursos d'estiu organitzats per dues universitats: la Universitat de Lleida (UdL) i la UNED. Amb l'arribada del voltant de 1.000 visitants, entre professors i estudiants, la



ciutat va experimentar una revitalització social, cultural i lúdica. Aquest tipus de turisme, que abasta des d'estudiants amb menys recursos fins a catedràtics en hotels de luxe, va oferir una oportunitat única per a la capital de l'Alt Urgell. “Un dels avantatges d'aquesta mena de turisme és que cobreix tots els nivells possibles, des del turisme d'alberg o de càmping dels estudiants amb menys mitjans al dels hotels de luxe, representat per alguns catedràtics que assisteixen als cursos”.³⁸³

D'altra banda, Roses s'enfrontava a un creixement turístic significatiu, qüestionant-se la seva sostenibilitat a llarg termini. En diversos articles, es posa èmfasi en la necessitat d'un creixement en qualitat sobre la quantitat, promovent la preservació de les arrels culturals, les tradicions i l'educació cívica per mantenir un equilibri adequat.³⁸⁴ A la fi de la dècada, el turisme obté un caràcter cultural, buscant preservar el patrimoni; a Salines-Bassegoda, s'impulsa el turisme cultural i històric amb una guia d'itineraris que destaca els monuments, esglésies i museus de la regió.

De la mateixa manera, es buscava equilibrar el turisme col·laborant amb municipis del litoral i del nord de Catalunya, promovent noves inversions a la regió. La guia "Salines-Bassegoda, vinguin a gaudir" presenta sis itineraris pels municipis d'Agullana, Albanyà, Darnius, la Vajol, Maçanet de Cabrenys i Sant Llorenç de la Muga. A més, proporciona informació sobre monuments, esglésies, museus i serveis com a hotels, restaurants i àrees de pícnic.³⁸⁵

- 380 Domenech, M. A. (21 de juliol de 1998).** *Davant de tot, turisme de qualitat. Entrevista a Florenci Bosch, Alcalde de Sant Pere Pescador.* Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1.069), 34.
- 381, 382 Acampar en plena naturaleza. (6 d'agost de 1998).** *La Vanguardia. Vivir en Tarragona*, 2.
- 383 La Seu D'urgell. (21 de juliol de 1998).** *Lecciones y rafting. La Seu vive su mejor verano gracias a los cursos estivales de dos universidades. La Vanguardia. Vivir en Tarragona*, 7.
- 384 Domenech, M. A. (11 d'agost de 1998).** *Roses no ha de creixer en cantidad sino en qualitat. Entrevista a l'alcalde, Carles Pàramo.* Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1.071), 5.
- 385 Falcón, I. (1-7 de setembre de 1998).** *Salines-Bassegoda potencia el seu patrimoni amb una guia d'itineraris.* Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1.074), 18.

Fotografia:
Un espai per als cercadors de tranquil·litat. Imatge obtinguda de “Acampar a la natura” de la Vanguardia (1998).³⁸²

Fotografia:
Taula d'oferta de càmpings a Espanya per comunitats autònomes (1998).³⁹⁰

En l'àmbit dels càmpings, s'anunciava la implementació de mesures de seguretat a Sant Pere Pescador per evitar accidents, mentre que el Club Caravàning la Garrotxa organitzava una trobada amb activitats per a més de cent persones.

A més, l'empresa La Ballena Alegre, de Viladecans, invertiria prop de 2.000 milions de pessetes en la construcció d'un càmping de luxe en Montroig del Camp, Tarragona. Aquest nou establiment, amb capacitat per a 900 places, ocuparia un terreny de 16 hectàrees al costat de l'N-340 i la platja, prop de la riera de Riudecanyes i Cambrils. La inversió generaria entre 30 i 35 llocs de treball permanents, a més d'unes 80 ocupacions temporals durant l'estiu; comptaria amb piscina, pista de tennis, gimnàs i tots els serveis necessaris per a ser considerat un càmping de luxe.³⁸⁶ Així mateix, es destacava la popularitat del Càmping nudista Relax-Nat de Mont-ras, que atreia principalment famílies de classe mitjana alta a la recerca de tranquil·litat i calma.³⁸⁷

El sector dels càmpings experimentava un creixement notable a tota Espanya, amb Catalunya liderant l'oferta i la demanda. L'aparició de nous càmpings en llocs apartats de la costa responia al fenomen del turisme actiu i de natura. A més, s'anunciava la construcció d'un luxós càmping a Montroig del Camp, que prometia ser una inversió significativa per a la regió, amb una àmplia gamma de serveis per als visitants.³⁸⁸ Els càmpings catalans representaven el 41% de la capacitat total espanyola, oferint 260.000 places respecte a les 641.000 que existien a tota Espanya. Pràcticament, un de cada tres

càmpings espanyols estaven situats a Catalunya. El fenomen de l'anomenat turisme actiu, la natura (excursionisme, esports d'aventura...) i la distància respecte al clàssic turisme de sol i platja, ha provocat l'aparició de nous càmpings en paratges allunyats de la costa.³⁸⁹

OFERTA DE CAMPINGS EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS				
Julio 1997				
	1.ª CATEGORÍA	2.ª CATEGORÍA	3.ª CATEGORÍA	N.º CAMPMING
• ANDALUCÍA	26	97	38	161
• ARAGÓN	15	35	5	55
• ASTURIAS	7	36	15	58
• BALEARES	4	3	3	10
• CANARIAS	1	0	2	3
• CANTABRIA	7	38	5	50
• CASTILLA-LA MANCHA	4	11	5	20
• CASTILLA Y LEÓN	15	67	14	96
• CATALUÑA	67	179	98	344
• EXTREMADURA	10	14	3	27
• GALICIA	21	41	38	100
• MADRID	4	17	3	24
• MURCIA	1	14	2	17
• NAVARRA	5	14	1	20
• LA RIOJA	7	1	1	9
• C. VALENCIANA	32	104	0	136
• PAÍS VASCO	3	8	9	20
TOTAL	229	679	242	1.150

PAÍSES EUROPEOS CON MÁS CAMPINGS	• FRANCIA	8.500	• HOLANDA	1.600
	• REINO UNIDO	3.550	• ESPAÑA	1.150
	• ALEMANIA	2.200	• SUECIA	1.000
	• ITALIA	2.065		

1996



El 1999, el AND Publishers España va publicar la versió en CD-ROM de la reconeguda guia ACSI de Càmping d'Europa, per 3.990 pessetes. Aquesta nova opció electrònica oferia la mateixa informació detallada que la guia impresa, però amb l'avantatge de ser més àgil i senzilla. La guia contenia 30 països europeus, incloent-hi Europa de l'Est, amb dades sobre més de 7.600 càmpings, detallant la seva ubicació, instal·lacions, serveis i activitats disponibles. A més, comptava amb un planificador d'itineraris que permetia als viatgers preparar les seves vacances des de casa, facilitant així l'organització de la seva ruta pels diferents càmpings d'Europa.³⁹¹

En aquest mateix any, el Càmping Balañà va atreure aproximadament 800 persones durant la seva III Nit de Gala, oferint música clàssica i popular catalana, i destacant



per la seva professionalitat i atenció personalitzada cap als clients, la qual cosa va promoure una identitat pròpia en l'establiment.³⁹²

D'altra banda, en termes d'inversió, els municipis de la franja nord-occidental de l'Alt Empordà van rebre inversions privades superiors als 1.000 milions de pessetes en els últims quatre anys, principalment destinades al sector turístic. La majoria d'aquestes inversions s'han dirigit al sector turístic, per això, l'Associació Salines-Bassegoda va impulsar aquestes millores econòmiques, enfocades en càmpings, hotels i restaurants en localitats com Sant Llorenç de la Muga, Albanyà i Darnius. A més, l'Espluga de Francolí projecta la instal·lació d'un càmping en la zona de les Masies, prop del monestir de Poblet, amb la particularitat que tots els empleats seran persones amb discapacitats físiques o psíquiques.³⁹³

Finalment, segons un estudi realitzat pel Patronat de Turisme i el Servei d'Estudis Econòmics de la Diputació de Tarragona en el 1999, la Costa Daurada experimenta un augment del 15% en l'ocupació turística en els últims quatre anys, destacant el sector del càmping amb un increment del 22,5% en comparació amb l'any anterior.

- 391 ACSI de *Camping de Europa*. AND Publishers España. (27 de juny de 1999). Planificar rutas desde casa. *La Vanguardia*. Motor, 8.
- 392 C.B. (26 d'agost de 1999). III Nit de Gaia al Càmping Balmaña. Àncora, Any LII(2.629), 21.
- 393 Los pueblos de las Salines reciben una inversión de 1.000 millones en 4 años. (16 d'agost de 1999). *La Vanguardia*. Vivir en Tarragona, 4.

Fotografia:
Camping Salata furgoneta (1999).
Fotografia atorgada pel càmping.

Fotografia:
Fotografia de turistes, obtinguda de nota de premsa “Segueix la ratxa de sol i platja” (1999).³⁹⁴



A principis de la dècada dels 2000, es va incrementar l'oferta turística de Catalunya en activitats esportives, d'aventura i festives que combinen el càmping amb exploracions actives per llocs insòlits. Així mateix, es va promoure el descobriment de paisatges naturals com les aigües termals de Jafre, els dòlmens de l'Albera, i monuments poc coneguts com l'Horta de Sant Joan, Sant Pere de Rodes, proporcionant així informació per animar l'exploració activa de la regió i la seva riquesa cultural i natural.³⁹⁵

D'altra banda, a Arbúcies, es va ressaltar una àmplia oferta turística amb més de 500 places d'allotjament, incloent-hi hotels, turisme rural, cases de colònies i càmping, a més de serveis complementaris com restaurants i bars. La projecció de construir una gran zona d'acampada en La Barraca d'en

- 394 Bosch, R.M. (21 de desembre de 1999). Sigue la racha de sol y playa. La ocupación turística aumentó un 15% en la Costa Daurada en los últimos 4 años. *La Vanguardia*. Vivir en Tarragona, 1.
- 395, 396 Moré, T. (1 de juny de 2000). Que fas aquest estiu?. *Pexxada*, (20), 23(22-24).
- 397 Llandrich, M. (18 de juny de 2000). L'Escala rep més de 200 caravanes en motiu de l'Acampada del Mil·lenni. *Diario de Girona*, (17.886), 4.
- 398 Montaña, A. (20 de juny de 2000). Blanes descubre el filón turístico de sus 30.000 plazas de camping. *La Vanguardia*. Vivir en Tarragona, 6.
- 399 Díaz, M. (8 d'agost de 2000). Convivir el camping. El mundo a su medida. *La Vanguardia*. Vivir en Verano, 4.

Torre, amb capacitat per a 150 punts d'acampada, també va marcar una fita en el desenvolupament turístic de la regió.³⁹⁶

Aquest mateix any, a L'Escala, el Càmping Paradís va rebre més de dues-centes caravanes durant la V Acampada Nacional de Catalunya, coneguda com a “Acampada del Mil·lenni”. Aquest esdeveniment, inaugurat pel conseller Pere Macias, va oferir activitats com visites guiades, degustacions gastronòmiques i espectacles de ball tradicional, celebrant la passió pel càmping i l'esperit comunitari entre els participants.³⁹⁷

En aquesta mateixa data, Blanes es posiciona com a destinació líder en turisme de càmpings, oferint 30.000 places, set vegades més que l'oferta hotelera, atrets per la ubicació enfront de la mar i els serveis de qualitat, com piscines, restaurants i discoteques. Més de 100.000 persones van gaudir dels càmpings, amb perspectives de creixement per al 2000, com a resultat de de la promoció activa en fires internacionals.³⁹⁸

L'any 2000, els càmpings com La Ballena Alegre 2 s'han convertit en un refugi ideal per a famílies, atraient cada vegada més persones que busquen alternatives còmodes i accessibles per a les seves vacances. Aquests espais oferien una combinació perfecta de natura, confort i entreteniment, permetent que els pares gaudissin de moments tranquils mentre els seus fills es divertien en les instal·lacions amb activitats organitzades per l'equip d'animació.³⁹⁹

En aquest context, el Càmping Aigua d’Ora del Prepirineu català, va celebrar la Tercera Trobada Internacional de Citroën 2CV, reunint vuitanta entusiastes d'aquest icònic vehicle provinents de diversos països europeus. Aquesta reunió va destacar l'estreta relació entre l'estil de vida campista i l'esperit aventurer dels propietaris d'aquests automòbils, els qui troben en els càmpings el lloc ideal per gaudir de la seva passió pels viatges i la vida a l'aire lliure. L'esdeveniment va tenir lloc en un entorn natural idíl·lic, enmig del Prepirineu català, reflectint la connexió entre la cultura automobilística i l'experiència campista.⁴⁰⁰

Aquell mateix any, a Montroig, Roda de Berà i Creixell, municipis de la Costa Daurada, es va percebre l'expansió turística centrada en els càmpings, que representen un percentatge significatiu de les places d'allotjament a la regió. Aquests llocs s'han convertit en potències turístiques gràcies a la seva oferta de qualitat, atraient inversions i reconeixement internacional.⁴⁰¹

L'any 2001, l'Ajuntament de Sant Pere Pescador va limitar el creixement dels set càmpings del municipi en el seu nou Pla General d'Ordenació Urbana, durant una sessió plenària celebrada la setmana passada per revisar el pla. Segons la revisió, el Càmping Las Dunas, considerat el més gran actualment, va quedar totalment prohibit de qualsevol expansió territorial en el municipi. Així mateix, es van imposar restriccions al potencial creixement dels càmpings L'Àmfora i La Ballena Alegre, encara que se'ls va deixar una mínima possibilitat d'expansió. Aquesta revisió del Pla General va

incorporar propostes de la Secretaria d'Urbanisme i de Costes, relacionades amb el projecte inicial aprovat al juliol de 1999. A més, el nou pla va contemplar l'eliminació de tots els aparcaments en la línia costanera, traslladant-se darrere de les instal·lacions dels càmpings.⁴⁰²

Els càmpings, en el transcurs dels anys, es van convertir en escenaris culturals i artístics, com s'ha pogut comprovar fins aquí. Ara bé, els anys 2000 van portar una gran quantitat d'actuacions corals⁴⁰³ i activitats culturals com obres de teatre⁴⁰⁴ en el Càmping Balmaña,⁴⁰⁵ així com concerts i representacions artístiques⁴⁰⁶ i música amateur.⁴⁰⁷

El 2001, l'ocupació en hotels, càmpings i cases rurals supera el 80% durant la Setmana Santa, consolidant aquests allotjaments com a opcions populars per gaudir del període vacacional. En aquests moments, l'oferta del càmping és variada, inclou des de parcel·les per a tendes de campanya fins a bungalows totalment equipats. En definitiva, és un model de turisme que es converteix en una opció ideal per a famílies, parelles i grups d'amics.

⁴⁰⁰ Vilajosana, A. (27 d'agost de 2000). Una caravana reïne a los nostálgicos del “2 caballos”. La Vanguardia. Vivir en Verano, 5.

⁴⁰¹ Floria, B. (9 de setembre de 2000).

Hoteles de lona. Mont-roig, Roda de Barà, Creixell buscan inversiones más allá del camping. La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 1.

⁴⁰² Facuseh, D. (10 d'abril de 2011). L'Ajuntament de Sant Pere Pescador limitarà el creixement dels càmpings. Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, (1205), 22.

⁴⁰³ Activitats al Càmping Balmanya. (19 de juliol de 2001). Ancora, (2722),10.

⁴⁰⁴ Representació del musical “Jesucristo superstar”, a favor de l'associació emad sant feliu. (18 de març de 2004). Ancora, (2849),13.

⁴⁰⁵ Activitats al Càmping Balmanya. (15 d'agost de 2002). Ancora, (2272),16.

⁴⁰⁶ Activitats al Càmping Balmanya. (5 de setembre de 2002). Ancora, (2775),10.

⁴⁰⁷ La programació del tam conté les obres de més èxit del panorama actual. (16 de gener de 2003). Ancora, (2.792), 12.

A més, la majoria dels càmpings disposen d'instal·lacions i serveis com piscines, restaurants, zones de jocs per a nens i animació, la qual cosa els converteix en llocs perfectes per poder gaudir d'un complet oci familiar.⁴⁰⁸ Així mateix, els càmpings de Girona van incrementar les seves xifres d'ocupació en un 4%, el doble de l'augment mitjà que han registrat aquests establiments en el conjunt de Catalunya.⁴⁰⁹

A finals de l'estiu del 2001, els hotels van obtenir una ocupació del 91%, els càmpings es van situar en el 88,6% i els apartaments en el 88%.⁴¹⁰

En el context de càmpings, també es desenvolupen activitats vinculades a la pesca esportiva en zones com Olot.⁴¹¹ En aquest mateix territori, es va dur a terme un esdeveniment sobre el caravàning: la Trobada anual del Club Caravàning "La Garrotxa".⁴¹²

El 2001 va ser un any important per a la història del càmping, tenint en compte que en l'entrevista amb Josep Rigola, President de la demarcació de Girona de la Unió Caravanista de Catalunya, va ressaltar els avantatges del càmping com una opció atractiva per a les vacances. Rigola destaca que el caravanisme ofereix llibertat de viatge sense necessitat de reserves prèvies, la flexibilitat de canviar plans sobre la marxa i la comoditat de portar amb si totes les comoditats de la llar. A més, assenyala que els càmpings solen estar situats en entorns naturals privilegiats, la qual cosa permet gaudir de l'aire lliure i realitzar activitats com senderisme, ciclisme o una bona barbacoa.⁴¹³

En aquest any, es fa un homenatge als càmpings que han estat part de la història de Catalunya. En aquest context, la Ballena Alegre, el càmping més antic en actiu a Catalunya, des de la seva obertura en el 1958, forma part d'una llista extensa de càmpings en la zona del Baix Llobregat, incloent-hi el Toro Bravo, Filipines, Cala Gogó, i altres que han deixat una empremta important en el turisme català i espanyol. Escenes de pel·lícules com "El turismo es un gran invento" de Paco Martínez Soria es van filmar en aquests espais, juntament amb altres produccions com "El Ete y el Oto" dels germans Calatrava i "Mi hermano del alma" de Mariano Barroso. Fins i tot Javier Cercas esmenta un d'aquests càmpings en una de les seves novel·les.

Al llarg dels anys, aquests càmpings s'han convertit en referents del campisme europeu, arribant a ser nominats entre els deu millors del continent. No obstant això, l'ampliació de l'aeroport del Prat ha posat en perill l'existència d'aquests establiments, obligant-los a tancar després de dècades de servei, la qual cosa genera tristesa entre propietaris i clients que veuen desaparèixer aquests espais d'oci i turisme familiar.⁴¹⁴



Al 2002, el municipi de Llançà fa un recompte de 348 places de càmping⁴¹⁶, demostrant el seu notable creixement com a destinació, igual que la Costa Daurada, un sector que en els últims tres anys hauria començat un procés d'inversió sense precedents per allargar la temporada i millorar la qualitat de la seva oferta. Un exemple d'aquesta reconversió

és el càmping Tamarit Park de Tarragona.⁴¹⁷ Catalunya té registrats en aquest mateix any, 369 càmpings, amb unes 255.000 places turístiques, la qual cosa representa el 12% de l'oferta d'allotjament. Les comarques de Girona exerceixen una part important de la representativitat del sector, amb 120 establiments que suposen unes 160.000 places.¹⁸



Així com l'interès per ampliar i millorar la infraestructura dels càmpings era notable, també el diseg per ser cada vegada més sostenibles i respectuosos amb el medi ambient estava en creixement. El conseller de Medi Ambient, Ramon Espadaler, es va reunir amb empresaris del sector de càmpings en el Càmping Sant Pol a Sant Feliu. La Federació

Fotografies:
1. Fotografia de campista llegint en el càmping Toro Bravo (2001).⁴¹⁵
2. Càmping Alberg Tivissa vista. Fotografia atorgada pel càmping aria (2002).

414 Torres, M. (27 d'agost de 2001). El último verano. La ampliación del aeropuerto obliga a cerrar los campings pionerosde Barcelona. La Vanguardia. Vivir en Verano, 1.
415 Torres, M. (27 d'agost de 2001). El último verano. La ampliación del aeropuerto obliga a cerrar los campings pionerosde Barcelona. La Vanguardia. Vivir en Verano, 1.
416 Bernils i Vozmediano, J.M. (octubre de 2002). Llançà, d'hortes i vinyes vora mar a urbanitzacions. Butlletí d'informació municipal. Ajuntament de Llançà,(93), 24.
417 Floriá, B. (26 de setembre de 2002). Casitas por tiendas. Los campings viven una fuerte etapa inversora con una apuesta por los bungalows. La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 1.
418 Rodríguez, J. (1 de març de 2002). Acampada de alto standing. La Federació Catalana de Càmpings reclama poder disponer de más bungalows. La Vanguardia. Vivir en Girona, 1.

Fotografies:
1. Fotografia d'instal·lacions de bungalows en els càmpings (2002), pres de l'article "Acampada d'alto standing. La Federació Catalana de Càmpings reclama poder disponer de més bungalows".⁴²¹
2. Càmping Aquarius clsase de ceràmica Fotografia atorgada pel càmping. (2002).

419 El conseller espadaler es reuneix amb empresaris del sector dels càmpings, al Càmping Sant Pol. (30 de maig de 2002). Ancora, 12.
420 Rodríguez, J. (1 de març de 2002). Acampada de alto standing. La Federació Catalana de Càmpings reclama poder disponer de más bungalows. La Vanguardia. Vivir en Girona, 1.
421 Rodríguez, J. (1 de març de 2002). Acampada de alto standing. La Federació Catalana de Càmpings reclama poder disponer de más bungalows. La Vanguardia. Vivir en Girona, 1.

Catalana de Càmpings, en col·laboració amb el Departament de Medi Ambient des de 1998, va organitzar aquesta trobada. Van destacar 17 càmpings amb Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental, EMAS o ISO 14001, líders en sistemes ambientals a Catalunya i Europa. La reunió va buscar enfortir la col·laboració per abordar nous desafiaments, especialment en comunicació i informació ambiental, ressaltant la certificació EMAS de sis càmpings a les comarques gironines i la distinció de qualitat ambiental per a tres d'ells.¹⁹

El perfil del client dels càmpings catalans ha experimentat canvis significatius en els últims anys. El turista tradicional, que solia dur la seva caravana fins a la Costa Brava per poder compensar el seu escàs poder adquisitiu, està desapareixent ràpidament. Amb un nivell econòmic més estable, els clients ara busquen major comoditat sense perdre les característiques úniques del càmping. La regulació actual del sector limita a cada càmping destinar només el 30% de la seva superfície per a aquesta mena d'allotjament. Els empresaris de la Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances, que consta de 271 establiments, consideren que aquest límit és insuficient per satisfer la creixent demanda de lloguer de bungalows de qualitat superior. Proposen augmentar aquesta proporció fins al 50% o, fins i tot, el 75% per adaptar-se a aquesta tendència d'oferir una millor qualitat de servei.⁴²⁰



L'any 2003, es va establir un comitè de crisi per seguir de prop l'impacte en el turisme de Catalunya, integrat per representants d'agències de viatges, associacions d'hostaleria, càmping i companyies aèries, entre altres actors clau del sector.



L'any 2004, a la platja del Càmping La Balla, el Mundial de Windsurf tornava a prendre vida: en la clausura de l'esdeveniment, l'alcalde Miquel Lobato i la regidora de Cultura, Oci i Patrimoni, Laura Aiguaviva, lliuraven una reproducció de la Porta Ferrada i dos llibres emblemàtics de Sant Feliu al 43è Ralli Franco-Catalán del Muguet, en una cerimònia que va comptar amb la distingida presència dels vicepresidents de les federacions catalana i francesa de càmpings i caravanes.⁴²²

Catalunya comença el 2004 amb una impressionant capacitat de 32.000 places d'acampada⁴²³ i expressions culturals associades al càmping com l'exposició fotogràfica "My Sweet Càmping", exhibida en els càmpings Sangulí de Salou i Cambrils Park. El talentós Aldo Soares capturava l'essència de les vacances familiars a través de 90 fotografies de gran format, en les quals es reflecteixen retrats de famílies de vuit nacionalitats diferents.⁴²⁴



Fotografia:
1. Càmping Aquarius foguera (2003).
Fotografia atorgada pel càmping
2. Fotografia de campistes.
Obtingut de l'article "Aldo Soares immortalitza a Salou a campistes de tota Europa"(2004).⁴²⁵

⁴²² 1 de maig, Dia del Muguet. 43è. Ralli franco-català del Muguet. (13 de maig de 2004). Ancora. Setmanari de la Costa Brava, Any LVII(2.857), 11(10-11).
⁴²³ Berlins, J.M. (29 de juny de 2004). Tot esperant superar el mig milió. Hora Nova: Periòdic independent de l'Empordà, Any XXXVIII(1.370), 3
⁴²⁴ Justicia, A. (11 de juliol de 2004). Retratos de familia. Aldo Soares immortaliza en Salou a campistas de toda Europa. La Vanguardia. Vivir, 4.
⁴²⁵ Justicia, A. (11 de juliol de 2004). Retratos de familia. Aldo Soares immortaliza en Salou a campistas de toda Europa. La Vanguardia. Vivir, 4.

Fotografia:
Fotografies del Càmping la Fosca dels anys 50 i 50 anys després. Imatge obtinguda de nota de premsa "Tricornis i bikinis. El primer càmping d'Espanya, a Palamós, celebra el 50 aniversari (2004).⁴²⁸

⁴²⁶ Borrell, H. (3-9 d'agost de 2004). Castelló al·lega contra el Pla Director a favor dels càmpings Demana que no els afecti perquè no els permet realitzar obres de manteniment. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.375), 15.
⁴²⁷, ⁴²⁸ López, A. (21 de juliol de 2004). Tricornios y bikinis. El primer camping de España, en Palamós, celebra el 50 aniversario. La Vanguardia. Vivir, 6.

Aquest mateix any, l'Ajuntament de Castelló va expressar la seva oposició al Pla Director que afectaria els càmpings de la zona, argumentant que limitaria la seva capacitat per dur a terme obres de manteniment. Respecte a això, el regidor d'Urbanisme, Josep Rodà, va opinar que la normativa existent, elaborada en col·laboració amb el Parc Natural, ja era prou restrictiva i que el nou pla suposaria una càrrega addicional per als càmpings, incloent-hi l'Internacional Almàberes, Estrella, Castell Mar i possiblement també L'Iguer.⁴²⁶

Mentrestant, el càmping continuava sent de gran importància per a l'esport, el Ski Club Camprodon oferia el seu programa d'activitats en el Càmping d'Àger, mentre que excursionistes exploraven el volcà Rodó de Sant Miquel del Corb i, ahora, el Càmping La Fageda a través del carril bici. Durant aquell any, el 2004, el Càmping La Fosca celebra el seu 50 aniversari, de manera íntima amb familiars i clients freqüents.⁴²⁷



El 2004 planteja un debat sobre el Pla Territorial de l'Empordà, es va destacar el creixement del turisme residencial en detriment dels hotels i càmpings, assenyalant la construcció com un refugi econòmic. El coordinador del pla, Joan Fortuny, juntament amb el director del Programa de Planejament Territorial, Juli Esteban, van delinear les directrius per redactar el pla, que s'esperava enllestir en menys de tres mesos. Es va emfatitzar la diversitat i la protecció dels espais com a criteris clau, així com el desenvolupament d'objectius de creixement fins al 2025. Experts en geografia, biologia i història van participar en el debat, on es va ressaltar el fenomen del creixement de la construcció a la regió segons el doctor en geografia, José Antonio Donaire, actual professor de la UdG, especialment a l'Alt Empordà, convertint-se en un refugi econòmic que eclipsava la renovació de l'oferta turística estandarditzada, assenyalà Donaire⁴²⁹

Al 2005, el turisme a Catalunya va experimentar un notable increment que es va reflectir en l'ocupació dels càmpings durant la primera quinzena d'agost, la qual va aconseguir un impressionant 83,4%, mostrant un augment del 3,2% respecte al mateix període en el 2004, segons va informar la Generalitat. Paral·lelament, l'ocupació hotelera va registrar un sòlid 84%, mostrant un augment del 0,7% en comparació amb l'any anterior. A més, es va observar un creixement significatiu en l'oferta, amb Catalunya comptant amb 1.421 places de càmping addicionals en comparació amb el juliol de 2004, la qual cosa indicava la contínua popularitat i demanda de la destinació turística. En aquest context, la comarca de l'Alt Empordà rep mig milió de turistes a l'estiu.⁴³⁰

L'any 2005, els amants del senderisme i muntanyisme van trobar en l'Alta Garrotxa un paradís natural per descobrir, amb els seus imponents paisatges i desafidores rutes, també en la rodalia del càmping La Vall. A Llançà, el prestigiós I Symposium Internacional de Caiac de Mar va tenir lloc.

Així mateix, el Càmping La Ballena Alegre va continuar destacant com una destinació excepcional per a la pràctica del windsurf, amb la seva infraestructura única que assegurava una experiència inigualable en aquesta disciplina nàutica, consolidant-se com un dels principals destins per als amants de l'esport aquàtic. Això reflecteix com any rere any el càmping continuava sent de gran importància per al desenvolupament de diferents esports i campaments associats a aquests, com el campament i esports d'aventura a Espinelves.

Així com s'ampliaven infraestructures de càmpings i es plantejava l'expansió, el Càmping La Ballena Alegre viu els seus últims dies, després de l'anunci del tancament de les seves instal·lacions.^{431,432}

⁴²⁹ Borrell, H. (19-25 d'octubre de 2004). La construcció, refugi de Economía. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.386), 14.
⁴³⁰ Bernils, J. M. (2 d'agosto de 2005). Dels prehistòrics als "guiris". Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.451), 25.
⁴³¹ Document aportat per la Ballena Alegre.
⁴³² Ayusco, G. (1 d'octubre de 2005). Reportaje: El adiós triste de La Ballena Alegre. Tras 42 años, el cámping cerró ayer obligado por la ampliación del aeropuerto. El País.

Fotografia:
Càmping Aquarius vista aèria (2007).
Fotografia atorgada pel càmping.

⁴³³ Rodríguez, P. (8 d'agost de 2006). Parc aquàtic, l'oferta diferent. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.540), 34.
⁴³⁴ Bernils, J.M. (4 de juliol de 2006). De 45.000 habitants a mig milió. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.530), 27.
⁴³⁵ Economía en quatre paraules. (4 de juliol de 2006). Sant Pere Pescador ocupa el vuitè lloc de tot l'Estat en pernoctacions de càmpings a l'abril. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.624), 25.
⁴³⁶ Puigsegur, M. (8 de setembre de 2006). La 5a Acústica supera totes les expectatives. Fins a 23.000 espectadors i un total de set concerts amb l'aforament complet són les dades més destacades de l'Acústica 2006. La fira de menjars del món ha resultat un èxit. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.549), 34.
⁴³⁷ El campionat d'Espanya de 'funboard' es farà a la platja de Sant Pere Pescador del 5 al 9 d'abril. (27 de març de 2007). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.605), 47.
⁴³⁸ H.B./Sant Pere de Pescador. (24 de juliol de 2007). La pràctica de surf d'estel a Sant Pere es desplaça per protegir els Aiguamolls. Tot i això, encara molts practiquen l'esport sense assegurança i fora dels límits regulats. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.638),15.

El turisme de sol i platja, característic de la regió, beneficia l'economia de l'Alt Empordà. Aquest fenomen no va passar desapercebut per a alguns empresaris locals que van veure l'oportunitat d'establir negocis com hotels, restaurants, càmpings, discoteques o parcs aquàtics.⁴³³

El 2006 va portar amb si un augment significatiu en el flux del turisme, especialment durant els mesos de juliol i agost. El turisme estacional en els municipis costaners de l'Alt Empordà es va multiplicar per deu. Per exemple, Llançà que passa de 4.371 habitants a l'hivern a uns 40.000 a l'estiu; Port de la Selva que passa de 921 habitants a 30.000 residents estivals; Cadaqués, la població estimada a l'estiu és de 60.000 persones, mentre que a Roses gairebé es multiplica per set, aconseguint els 110.000 residents.⁴³⁴

El 2007, segons les dades de l'Enquesta d'Ocupació en Allotjaments Turístics Extrahotelers publicada recentment per l'Institut Nacional d'Estadística (INE), Sant Pere Pescador es va posicionar com la vuitena destinació amb major nombre de pernoctacions en càmpings en tot el país. Aquest municipi de l'Empordà es va situar per sobre d'altres localitats com Vilanova i la Geltrú, Blanes, Montroig del Camp, Cambrils i Tarragona, aquestes últimes situades a curta distància.⁴³⁵ Aquest mateix any, l'esport continua brillant dins de les instal·lacions dels càmpings: en el Càmping Aquarius es va dur a terme el Campionat de windsurf,^{436,437} així mateix el Càmping La Ballena Alegre continuava sent una destinació ideal per practicar-hi surf.⁴³⁸



Al 2008, la comarca de Berguedà, situada en la seva majoria a la província de Barcelona, es va convertir en un veritable paradís per als campistes, registrant el creixement més gran en nombre de càmpings i places durant l'última dècada. Segons Oriol Pérez, president de l'Associació de Càmpings del Berguedà, l'èxit va radicar pel fet d'oferir activitats durant tot l'any, trencant amb la tradició de limitar-se només a la temporada d'estiu com a la costa.

Els càmpings d'aquesta regió destaquen per proporcionar entorns tranquils, segurs i serveis complets a preus relativament econòmics, facilitant la formació de llaços d'amistat entre campistes. L'evolució dels càmpings no només va reflectir-se en termes de places, sinó també en la qualitat dels serveis, amb molts d'ells obtenint certificacions de qualitat turística com la Q.



Mentrestant, el Càmping Illa Mateua dona 9.000 euros a ONG's. Les organitzacions beneficiades van ser El Grup Editor de la Revista del Discapacitat (GERD), l'Associació Catalana d'Amics del Sàhara (ACAPS) i l'Associació per al Desenvolupament de la Comunitat Rural de Sari Coly Sallé (ADECRS).⁴⁴⁰

Al'estiu del 2008, unes 1.800 persones trobaven el seu descans en el Càmping La Llosa a Cambrils (Baix Camp), situat a pocs metres de la platja. El dia a dia es desenvolupava en un cicle relaxat de migdiades i platja, amb activitats relaxades que incloïen la migdiada i els jocs de taula. El paisatge característic del càmping en aquest moment incloïa caravanes, bungalows, taules, cadires de pícnic i ventiladors. Anton Nolla, director del càmping amb 47 anys d'experiència en el turisme, notava que els estrangers, més inquiets, dedicaven almenys un dia per explorar Barcelona i s'interessaven pels llocs d'interès de Tarragona. El càmping, organitzat com un petit poble amb supermercat, bar i piscina, oferia activitats per a nens que permetien als pares i mares relaxar-se i gaudir del descans, agraïnt l'oportunitat de perdre de vista als més petits per un temps.⁴⁴¹

Fotografia:
Noies jugant a les instal·lacions del càmping (2008).⁴³⁹

⁴³⁹ Felip, A. (11 d'octubre de 2008). El Berguedà, nuevo paraíso del campista. *La Vanguardia*. Vivir, 3.
⁴⁴⁰ Redacció I L'Escala. (19 de febrer del 2008). El càmping Illa Mateua dona 9.000 euros a tres ONG's. *Hora Nova*, periòdic independent de l'Empordà, (1.696), 14.
⁴⁴¹ Gilart, E. (9 d'agosto de 2008). Los veraneantes de un camping cuentan cómo pasan sus días de descanso. *Activistas de sosiego*. *La Vanguardia*, (45.551), 17.

Fotografies:
Càmping de la Mar múltiples vistes de les instal·lacions (2008).
1. Vista litoral.
2. Vista aèria del càmping.
3. Càmping i tendes.
4. Caravàning.
Fotografies atorgades pel càmping.



En relació amb la cura amb el medi ambient i la seva relació amb el càmping, durant el 2009 se sol·licita als càmpings costaners aplicar plans més específics de sostenibilitat ambiental⁴⁴² i, ahora, s'imparteixen cursos en els càmpings de Sadernes en l'Alta Garrotxa, en el qual s'inclouen temes de conversa de la natura, així com tècniques de muntanyisme.⁴⁴³ En aquest context, el món de l'esport continua estant estretament relacionat amb l'univers dels càmpings, atès que es duu a terme la Copa del Món d'eslàlom de windsurf que torna al golf de Roses amb la tercera prova del circuit PWA 2009. Específicament, es va realitzar en les instal·lacions del Càmping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador.⁴⁴⁴

El 2010 va estar marcat per l'aprovació d'alguns plans especials urbanístics en àrees de càmpings, entre aquests: el Pla Especial Urbanístic de l'àrea Càmping Cala Llevadó.⁴⁴⁵ Algunes accions relacionades amb la sostenibilitat ambiental i la millora d'instal·lacions es van aplicar en el Càmping Laguna, on es va dur a terme la instal·lació de 290 panells solars, permetent reduir en 33 tones les emissions de CO₂ del càmping.⁴⁴⁶

Dins d'aquest marc, els càmpings de la Costa Daurada es van modernitzar per oferir una experiència de luxe i confort als seus campistes, lluny de la imatge tradicional de turisme alternatiu. Els càmpings de la regió ara compten amb bungalows amb jacuzzi, piscines temàtiques, zones de spa i espais d'oci.⁴⁴⁷

El futur del càmping demana convertir-se en una "ciutat de vacances" amb un parc natural i un restaurant obert al públic.⁴⁴⁸ Ja no és imprescindible tenir-hi una botiga, una caravana o una autocaravana per allotjar-se en un càmping, ja que l'oferta d'allotjament també inclou ara confortables bungalows totalment equipats.⁴⁴⁹ En ple 2010, molts dels càmpings de Catalunya disposen de certificacions de gran prestigi, com l'ISO 14001 o la *EMAS, que avalen les seves actuacions de preservació del medi natural, amb mesures com la recollida selectiva de residus, els sistemes d'il·luminació de baix consum, l'ús de plaques solars com a font d'energia o els equips limitadors del cabal d'aigua.⁴⁵⁰

Per a aquesta mateixa època, s'introdueix el concepte “ressort” en el món dels càmpings. Josep Pla, president de l'Associació de Càmpings en el moment, comenta que cada vegada són més els que busquen crear una experiència de luxe i comoditat en alguns càmpings que disposen de spa, jacuzzi, piscina coberta per poder ser utilitzada tot l'any, miniclub, perruqueria, sala d'internet, minigolf, auditori i, fins i tot, sales de reunions per a empreses.

L'objectiu és que el client tingui a la seva disposició una àmplia gamma d'activitats lúdiques durant la seva estada.⁴⁵¹

⁴⁴² Arché, G. (21 d'agost de 2009). El pla costaner obliga els càmpings de primera línia de mar a tenir plans especials. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1849), 7.

⁴⁴³ Club excursionista Caldes. (desembre de 2009). Un curset de muntanya. Aquae. Revista Municipal de Caldes de Malavella, (28), 57.

⁴⁴⁴ Sant Pere Pescador. (8 de maig de 2009). La Copa del Món d'eslàlom torna al golf de Roses del 9 al 14 de juny. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1819), 41.

⁴⁴⁵ Colom i Canal, I. (17 de març de 2010). Ajuntament de Tossa de Mar. Anunci d'aprovació inicial d'un pla especial urbanístic . Butlletí Oficial de la Província de Girona, (3.581), 52.

⁴⁴⁶ Castelló d'Empúries. (31 d'agost de 2010). El càmping Laguna Instal·la 290 panells fotovoltaics. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.953), 10.

⁴⁴⁷ Ricou, J. (28 de juny de 2010). Emociones disparadas. Los aficionados a los deportes de aventura disfrutan de unas condiciones inmejorables por el alto caudal que llevan los ríos. La Vanguardia. Vivir, 3(2-3)

⁴⁴⁸ Roglan, J. (21 de maig de 2010). Els càmpings evolucionaran capa parcs i ciutats de vacances. La Vanguardia. Girona, 16.

⁴⁴⁹ Valls, G. (31 de maig de 2010). Vacaciones en familia. Los campings con bungalows ofrecen cercanía con la naturaleza, aire libre, libertad de horarios y actividades de ocio. La Vanguardia, 1.

⁴⁵⁰ Valls, G. (31 de maig de 2010). Vacaciones en familia. Los campings con bungalows ofrecen cercanía con la naturaleza, aire libre, libertad de horarios y actividades de ocio. La Vanguardia, 1.

⁴⁵¹ Serrano, J. (31 de maig de 2010). Entrevista a Josep Maria Pla, presidente de la Asociación de Campings de Girona.“El bungalow es comodidad y contacto con la naturaleza”. La Vanguardia, 2.

Fotografia:
Càmping Aquarius caravàning (2011).
Fotografia atorgada pel càmping.

L'any 2010, tant l'Associació de Càmpings de Girona com el sector del càmping a la província de Tarragona van reflectir l'auge i l'evolució d'aquesta manera d'allotjament a Espanya. Girona, amb 82 establiments i més de 95.000 places, destacava pel seu lideratge en qualitat i sostenibilitat ambiental, oferint més de 4.000 bungalows equipats amb totes les comoditats modernes en entorns naturals.⁴⁵²



Al 2011, el municipi de Darnius va desenvolupar un càmping ecològic, juntament amb un centre d'esports i salut d'alt rendiment, amb la finalitat d'obtenir sostenibilitat ambiental i l'ús d'energies renovables, com una caldera de biomassa i depuradores naturals, a més d'educar sobre l'ús sostenible de recursos.⁴⁵³

⁴⁵² Girona. Vacaciones ideales del Pirineo a la Costa Brava. (31 de maig de 2010). La Vanguardia, 7.

⁴⁵³ Visa, G. (31 d'agost de 2010). Darnius tindrà un càmping ecològic amb un centre d'esport i salut d'alt rendiment. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXIV(2.080), 13.

⁴⁵⁴ Internacional de Calonge: entre pinos y en la Costa Brava. (20 de maig de 2011). La Vanguardia, 10.

Al 2012, el Càmping Aquarius de Sant Pere Pescador va rebre la visita de Kikanae Ole Pere, líder del poble massai de Aitong (Kenya), en el marc del projecte educatiu Escola Mara Visió, on el càmping va contribuir a la creació d'una aula a l'escola. A més, el càmping ofereix als seus clients poder realitzar donacions com a part d'aquesta iniciativa.⁴⁵⁵



A partir del 2012, les noves tendències del mercat s'orienten cap a la tematització i l'especialització dels allotjaments. A nivell mundial, creix l'acceptació de l'ecoturisme que el càmping pot satisfer, ja que aquest tipus de consumidor valora el contacte directe amb la natura, igual que el glamping: un nou concepte de càmping exclusiu que prioritza el contacte amb la natura amb totes les comoditats i glamur. És una

alternativa possible. El Cambrils Park ha deixat enrere les tendes de campanya i caravanes, començant amb una oferta de 100% de bungalows. Aquesta iniciativa és pionera, però segons fonts del sector, altres establiments podrien seguir el mateix camí. "Això ja no és un càmping", diu Xavier Blasi, director general de l'establiment. Seguint aquesta tendència, el Càmping Resort Platja Montroig (Tarragona), celebra els seus 50 anys d'existència, considerant-se un dels vint millors d'Europa estrenant 16 bungalows, oferint totes les comoditats per als seus clients i una experiència completa.⁴⁵⁶

Fotografia:
Càmping Aquarius visita Àfrica (2012). Fotografia atorgada pel càmping.

455 Solidaritat. (17 d'abril de 2012). Un cap massai visita el càmping Aquarius. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXVI(2.117), 23.
456 Margalef, O. (13 d'abril de 2012). Això ja no és un càmping. La Vanguardia Tarragona, 3.

Fotografies:
Instal·lacions de càmpings, bungalows i cabanyes de luxe (2012).⁴⁵⁷
1. Interior de cabanyes.
2. Exterior.



457 Margalef, O. (13 d'abril de 2012). Això ja no és un càmping. La Vanguardia Tarragona, 3.
458, 459 Valls, A. (3 de maig de 2013). Los campings mantienen la esencia del estilo de vida mediterráneo. La Vanguardia, 2.
460 Justicia, A. (27 de novembre de 2012). El cliente de camping podrá instalar casas desmontables. La Vanguardia.Vivir, 3.
461 Giralt, E. (27 d'agost de 2013). Los campistas con parcela y alojamiento móvil propio son mayoría aplastante en los campings. La autocaravana sigue al mando. La Vanguardia.Vivir en Verano, 3.

Al 2013, els bungalows són un factor clau per potenciar els càmpings, sobretot entre el públic nacional, mantenint l'essència de l'estil de vida mediterrani, amb la gent a l'aire lliure i relacionant-se entre si.⁴⁵⁸

La família francesa Solé estiueja a Cambrils des de fa 36 anys. Al 1977, l'ebenista Agustín Solé i la seva esposa Andrea buscaven una bona platja de sorra en la costa catalana i es van instal·lar en el Càmping La Llosa amb la seva filla Carinne, de tres anys. Avui dia, la família ha crescut a vuit membres de tres generacions: els avis Agustín i Andrea, la seva filla Carinne i el seu espòs Stefan, els seus tres fills (Jessy, Gregory i Robby), i la parella del fill major, Marini. Agustín Solé reflexiona sobre la seva decisió de continuar estiuejant en el mateix lloc: "Per què canviar si ets feliç en un lloc?"⁴⁵⁹

Un nou terme entra a l'escenari dels càmpings el 2012: el nou decret de la Generalitat permet la instal·lació de “mobile homes” privades en càmpings mitjançant el lloguer de la parcel·la. Aquestes “mobile homes” es converteixen en una opció intermèdia entre la caravana i el bungalow.⁴⁶⁰ En aquest moment, existeixen 353 establiments del sector del càmping català oferint un total de 237.143 places, repartides en 97.190 unitats d'acampada, on instal·len bàsicament autocaravanes i caravanes, i 5.313 bungalows.⁴⁶¹

Un any més tard, al 2013, Sant Feliu de Guíxols va ser l'escenari de la gravació d'un programa de televisió holandès que destaca punts d'interès a la Costa Brava, especialment el turisme de càmping, popular en països com Holanda. L'Ajuntament va facilitar a l'equip les condicions necessàries per a la filmació. El programa simula les vacances d'una família holandesa a la Costa Brava, començant en el càmping Vall d'Aro i mostrant diverses activitats com a caiac, submarinisme, cicloturisme, senderisme i la preparació d'una paella típica.⁴⁶²

L'esport continua sent un protagonista més en l'escenari del càmping. L'any 2013, es realitza la 15a edició del “Gran Premi Catalunya Costa Brava de windsurf” a la platja del Cortal de la Devesa de Sant Pere Pescador, situada davant del Càmping La Ballena Alegre, amb el suport del càmping.⁴⁶³ Dins d'aquest context, cada vegada més innovador, el Càmping Castell Mar a Empuriabrava ha inaugurat el primer restaurant en tot el país amb un menú variat per a gossos, atès que inclou una varietat d'aliments adaptats per a totes les edats canines.⁴⁶⁴

L'any següent, l'ocupació dels càmpings que compten amb instal·lacions de bungalows i allotjament fix han registrat una ocupació pràcticament del 100%. El principal client del sector és de proximitat i procedeix d'altres zones de Catalunya, Aragó i València.⁴⁶⁵ El Platja Montroig Càmping Resort es destaca com un dels millors càmpings d'Europa per oferir parcel·les per a acampar i bungalows ben equipats, proporcionant una experiència única per a les famílies, fomentant la connexió amb la natura i els llaços familiars, a més de ser una opció econòmica de vacances.⁴⁶⁶ Això demostra com els càmpings

i de bungalows s'integraven cada vegada més en els entorns naturals. Caldria afegir que també aplicaven mesures ecològiques per a la seva conservació. Dins de les mesures per a integrar-se amb el paisatge i prioritzar la seva conversa es contempla l'ús d'il·luminació de baix consum, amb llums led, fanals i punts de llum d'aquest tipus, que, a més, redueixen l'impacte lumínic i l'ús de plaques solars.⁴⁶⁷

El Càmping Las Dunas, en el mateix municipi, va invertir en un sistema d'energia geotèrmica que permet obtenir aire climatitzat i aigua calenta sanitària; uns altres van introduir millores tecnològiques, com l'Aquarius de Sant Pere Pescador, que va idear un sistema de targetes que permet als clients pagar en les dependències del càmping sense portar diners en efectiu.⁴⁶⁸

Durant aquest any, molts altres càmpings busquen invertir en temes socials, el càmping Illa Mateua de l'Escala dona 17.000 euros a quatre entitats com a part del seu projecte de responsabilitat social; les entitats beneficiades van incloure a Càritas L'Escala, Tarragona Missionera, la Fundació ASTRID 21 i AïMASM. Durant els últims onze anys, el càmping va dedicar un percentatge de la seva facturació a fins socials, incrementant progressivament aquesta contribució per a millorar les condicions de vida de persones necessitades. El director del càmping, Martí Guillem, va destacar la importància d'aquesta acció com a part de la seva responsabilitat social corporativa.⁴⁶⁹

⁴⁶² Emès el reportatge filmat aquest estiu per un equip de la televisió holandesa a Sant Feliu. (21 de febrer de 2013). Àncora. Setmanari de la Costa Brava, Any LXVI(3.279), 1.

⁴⁶³ Navarro, J. (11 de juny de 2013). El Campionat del Món arriba a Sant Pere Pescador més obert que mai. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXVII(2.198), 46.

⁴⁶⁴ Hortal, L. (30 de juliol de 2013). Menú per animals a Empuriabrava. El Càmping Castell Mar obre el primer restaurant de tot l'Estat amb una carta variada per a gossos de totes les mides i edats. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXVII (2.205), 31.

⁴⁶⁵ Gastesi, A. (27 d'abril de 2014). El turismo doméstico, la recuperación más esperada. Las pernoctaciones crecieron un 16% en Semana Santa. La Vanguardia, (47.620), 87.

⁴⁶⁶ Valls, A. (2 de maig de 2014). El futuro pasa por una oferta combinada de parcelas y bungalows. La Vanguardia, 2.

⁴⁶⁷ Respeto por el medio ambiente. (2 de maig de 2014). Los campings y 'resorts' de bungalows se integran en los entornos naturales y aplican medidas ecológicas. La Vanguardia, 9.

⁴⁶⁸ Oller, S. (5 de juliol de 2014). Los campings reciben un 8% más de turistas. La Vanguardia. Vivir, 7.

⁴⁶⁹ L'Escala. (17 de novembre de 2015). Càmping Illa Mateua dona 17.000 euros a quatre entitats socials. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXIX (2.325), 9.

⁴⁷⁰ 16.000 euros per a entitats benèfiques. (9 de desembre de 2014). Donatiu solidari del càmping Illa Mateua. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXVII (2.276), 20.

⁴⁷¹ Tarragona, un destino único en el Mediterráneo. (8 de maig de 2015). Los campings de la Costa Daurada y Terres de l'Ebre combinan alojamiento de calidad y gran variedad de actividades de ocio. La Vanguardia, 7.

⁴⁷² Nierga, J. (22 de setembre de 2015). L'ocupació als càmpings creix un 3% i capgira els mals resultats. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXXXIX (2.317), 23.

⁴⁷³ Catalunya como destino líder. (21 de juliol de 2015). La Vanguardia. Vivir en Verano, 2.

Fotografia:
Càmping Aquarius bicicletes (2015).
Fotografia atorgada pel càmping.

L'any 2015 a Girona hi ha 135.000 places de càmping, sent l'única província espanyola amb més places de càmping que hoteleres. Tarragona compta amb 65.000 places de càmping i 21.000 unitats d'allotjament. Junes, Girona i Tarragona representen la major part de les 270.000 places de càmping a Catalunya. A Espanya, hi ha 1.300 càmpings, amb 349 situats a Catalunya.⁴⁷³



En la diversificació de l'oferta i la cerca d'una oferta més integral per als clients, Cambrils Park Resort i Càmping Resort Sangulí Salou durant el 2016 van realitzar un estudi nutricional juntament amb la Universitat Rovira i Virgili, amb l'objectiu d'informar als clients sobre les seves opcions d'alimentació i promoure, així, una alimentació més saludable, adaptada a diverses necessitats dietètiques. L'oferta gastronòmica se centra en la cuina mediterrània i europea, amb opcions lliures de glúten, ous i làctics, així com vegetarianes i veganes, considerant la diversitat de la clientela per nacionalitats i edats.⁴⁷⁴

En aquest context, el Càmping Tres Estrelles a Gavà és l'últim gran càmping en la franja litoral de Viladecans, Gavà i Castelldefels. Ha resistit la pressió urbanística i les expropiacions per a l'expansió de l'aeroport del Prat, adaptant-se a les demandes actuals del sector. El seu èxit es basa en la seva ubicació privilegiada a prop de la platja i de Barcelona, atraient més del 50% dels clients estrangers que busquen natura prop de la ciutat. També és popular entre famílies locals que passen caps de setmana i vacances en les seves instal·lacions. El càmping ha apostat pel "glamping" amb allotjaments ecològics i originals.⁴⁷⁵



Fotografies:
Registre fotogràfic Càmping Gavà
Mar 2016.⁴⁷⁶

⁴⁷⁴ A.V. (8 de maig de 2015). En vacaciones se puede mantener una correcta alimentación. La Vanguardia, 11.
⁴⁷⁵ Gavà, A.C. (20 de juny de 2016). El último camping de la autovía de Castelldefels. La Vanguardia.
⁴⁷⁶ Entrevista Salvado Olivé director camping 3 estrellas. (31 de maig de 2016). Somos una alternativa de alojamiento innovador y con confort para quienes visitan Barcelona. La Vanguardia. Monográfico especial, 4.

Fotografia:
Càmping Bella Terra vista (2016).
Fotografia atorgada pel càmping.



Els esports continuen sent fidels aliats dels càmpings: l'any 2016, l'Associació de Càmpings de Girona i el Consorci de les Vies Verdes van formalitzar un acord que té com a objectiu impulsar el cicloturisme en el sector del càmping.⁴⁷⁷ A la província de Girona, les inversions en càmpings durant el 2016 van augmentar un 16% arribant a uns 17 milions d'euros, amb el propòsit de consolidar-se com a grans parcs de vacances i destinacions turístiques.

A l'Alt Empordà, on es concentra una quantitat significativa d'aquests establiments, s'han vist millores significatives. N'és un bon exemple d'això Sant Pere Pescador. Concretament, el Càmping La Ballena Alegre va inaugurar un spa i pistes de pàdel; per la seva banda, el càmping Las Dunas va ampliar el seu espai de cases mòbils; Aquarius va instal·lar una estació

⁴⁷⁷ Els càmpings s'alien amb el cicloturisme. (31 de maig de 2016). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, AnyXL(2.353), 19.
⁴⁷⁸ Les inversions dels càmpings gironins augmenten un 16%. (12 de juliol de 2016). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XL(2.359), 19.
⁴⁷⁹ Els càmpings invertiran 300.000 euros per atraure clients escandinaus de cara al 2017. (16 de setembre de 2016). Enguany l'ocupació del sector ha crescut un 1,2% i l'objectiu és intentar fer el ple també durant els mesos de juny i setembre. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XL(2.370), 7.
⁴⁸⁰ Oller, S. (2 de maig de 2017). De la tienda de campaña al lujo. La Vanguardia. Vivir, 2.

de recàrrega per a vehicles elèctrics; finalment, el càmping Montjoi a Roses va renovar l'interior dels seus bungalows.⁴⁷⁸ En aquest context, els càmpings de Girona projectaven invertir 300.000 euros per atreure el mercat escandinau en el 2017, amb un enfocament especial en els turistes danesos. A més, es continuarà promocionant per mantenir la clientela alemanya i holandesa, mentre es reforcen les inversions en cicloturisme, un segment important dins del càmping.⁴⁷⁹

El 2016, els càmpings catalans van rebre un total de 3 milions de turistes i van registrar 16 milions de pernoctacions, sent la demarcació de Girona especialment destacada. Durant aquest any, va sorgir la tendència emergent del glamping, que fusiona el glamur amb l'experiència d'acampar i guanya ràpidament popularitat. El Càmping el Delfin Verde va ser pioner per invertir en allotjaments de luxe, la qual cosa va generar una alta demanda i fidelitat per part dels clients. Aquest fenomen va marcar un canvi significatiu en un sector que ja havia evolucionat amb la introducció de les mobile homes i els bungalows en els anys noranta. Per al moment, Catalunya compta amb 133.000 places de càmping i és líder en oferta turística reglada, ocupant 6.500 persones els 144 establiments de la província durant la temporada d'estiu.⁴⁸⁰

A l'any 2017, el cicloturisme a la regió es troba en creixement, ja que ha guanyat popularitat a la província de Barcelona i els càmpings s'han convertit en una excel·lent opció per als entusiastes d'aquesta activitat. A més d'oferir allotjaments adequats, els càmpings proporcionen serveis específics que atenen les necessitats dels ciclistes; en molts càmpings es troben disponibles serveis com a bugaderia, rentat de bicicletes, emmagatzematge segur, taller de reparacions, venda de recanvis bàsics i productes energètics. També actuen com a guies recomanant rutes adequades per a cada persona i oferint orientació sobre travessies més desafidores, ideals per als esportistes i aventurers.⁴⁸¹

La innovació era un tema cada vegada més recurrent dins de les instal·lacions dels càmpings, ja no només es buscava



comoditat, sinó que també van començar a sorgir altres tendències com la tematització dels espais. A la Costa Daurada, el Càmping & Resort Sangulí Salou va presentar una zona temàtica inspirada en Àfrica, que incloïa més de 200 'lodges' i tendeixis 'safari'. Aquest enfocament de glamping es va destacar per l'originalitat dels seus allotjaments, oferint quatre àrees inspirades en diferents cultures amb paisatges i recreacions característiques. La nova àrea africana es va sumar a les ja existents en el ressort: el Carib, la Polinèsia i la Mediterrània. De fet, allotjar-se en aquestes zones es descriu com fer un viatge per autèntics paradisos llunyans. Parlar de generació en el Càmping & Resort Sangulí és parlar d'un concepte que engloba la seva història, la dels seus campistes i la història de la seva evolució.⁴⁸³

A l'any 2017, s'inaugura a Olot una àrea per a autocaravanes al Càmping Les Tries. Aquest espai ofereix serveis complets per als usuaris d'aquesta modalitat turística, permetent pernoctar, proveir-se d'aigua i buidar aigües residuals. L'Ajuntament d'Olot va respondre així a la demanda d'estacionament i pernoctació dels viatgers en autocaravana, mentre que el càmping ha millorat les seves instal·lacions per adaptar-se a les necessitats d'aquest sector en creixement. Segons una enquesta de Fira de Barcelona, el perfil típic dels aficionats a les autocaravanes són persones d'entre 30 i 50 anys que viatgen en família o en parella, preferint principalment el turisme cultural i de natura.⁴⁸⁴

- 481** *Cicloturismo en los campings de Barcelona. (5 de maig de 2017).* Muchos ofrecen servicios de lavado de bicicletas, almacén, taller de reparaciones y venta de recambios. La Vanguardia. Monográfico especial, 6.
- 482** *Cicloturismo en los campings de Barcelona. (5 de maig de 2017).* Muchos ofrecen servicios de lavado de bicicletas, almacén, taller de reparaciones y venta de recambios. La Vanguardia. Monográfico especial, 6.
- 483** *Camping & Resort Sangulí Salou: Glamping generation. (5 de maig de 2017).* En plena Costa Daurada, acaba de inaugurar una zona inspirada en África con más de 200 'lodges' y safari tents. La Vanguardia. Monográfico especial, 3.
- 484** *Una àrea per a autocaravanes. (20 d'abril de 2017).* La Comarca d'Olot, (1.884), 34.

Fotografies:
Cicloturisme en els càmpings de Barcelona (2017).⁴⁸²

Continuant en el temps, el càmping Castell Mar, situat al Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, va organitzar el primer *flashmob* protagonitzat per gossos, amb la participació d'aproximadament cinquanta animals de diferents races. Aquesta activitat va formar part de les iniciatives del càmping per explorar l'entorn i la vida animal local. D'aquesta manera, Castell Mar es destaca com l'únic càmping a Europa que ofereix un menú exclusiu per a gossos i disposa de dutxes específiques per a ells, a més d'estar situat enfront de la platja de la Rubina que disposa d'àrees habilitades per a mascotes.⁴⁸⁵

La darrera dècada ha sigut, en definitiva, una etapa d'expansió del càmping a Catalunya. En aquest marc, s'ha aprovat el projecte inicial del càmping El Masnou situat a Castelló d'Empúries que planeja expandir-se a aproximadament 23 hectàrees per albergar fins a 822 unitats d'acampada.⁴⁸⁶

L'any 2017, a la Rambla de Roses, es va presentar l'exposició itinerant “El càmping, un estil de vida” que mostra a través d'imatges inèdites, l'evolució d'aquesta activitat durant més de 60 anys a les comarques gironines. Les imatges mostren els inicis del campisme, la relació dels càmpings gironins amb el territori, l'evolució del sector i la trajectòria de l'associació, així com les promocions del sector a Europa.⁴⁸⁷ Aquest esdeveniment va ser organitzat per l'Associació de Càmpings de Girona amb motiu de la celebració del seu 40è aniversari.

La recent constitució de la Confederació de Càmpings del Mediterrani l'any 2018 va marcar una fita important per al

sector del càmping a Espanya. Aquesta entitat representava a associacions d'empresaris de càmpings a Girona, Tarragona, Terres de l'Ebre, Castelló, València i Alacant, unint un total de 211 càmpings amb 71.624 unitats d'acampada i 212.810 places turístiques. L'any passat, aquests càmpings van rebre a 4,3 milions de viatgers, generant 25 milions de pernoctacions. La seva influència va ser significativa, representant el 28% dels càmpings, el 43% de les places turístiques, el 54% dels viatgers, el 56% del personal ocupat i el 65% de les pernoctacions del sector a Espanya. La presidenta de la Confederació va destacar que el càmping era ideal per connectar amb la natura, mentre que aquesta manera de viatjar buscava una regulació actualitzada que reflectís l'evolució del sector en l'última dècada.⁴⁸⁸

En aquest mateix any, més pràctiques sostenibles i inclusives comencen a incorporar-se en les instal·lacions dels càmpings a Catalunya, com és el cas del càmping Bassegoda Park que va incorporar dues bicicletes adaptades per a persones amb mobilitat reduïda, proporcionades pel Consorci de Vies Verdes de Girona. Aquesta iniciativa amplia les opcions de recreació i turisme inclusiu a la regió.⁴⁸⁹

Continuant en el temps, Platja Montroig Càmping Resort va inaugurar un dels parcs d'aigua més grans d'Europa. Alhora, era l'únic d'Espanya i dels més nous en tot el continent, reconegut com un dels millors durant més de 35 anys. A més, el càmping va implementar un nou programari de gestió que inclou aplicacions de check-in express en la línia del client d'última generació, optimitzant els temps i l'experiència dels usuaris abans, durant i després de la seva estada.⁴⁹⁰

El 2019, el Càmping La Ballena Alegre, dirigit per Toni Castellar, ofereix oportunitats de promoció per a empreses locals a través del seu canal de televisió, Balena TV, el Info Point, el Trip Club i xarxes socials. Aquesta iniciativa va permetre que les empreses de l'àrea arribin als campistes que visiten diàriament el càmping, proporcionant informació sobre serveis i activitats locals disponibles.⁴⁹¹

Sumant-se a moltes iniciatives socials, el Càmping Illa Mateua de L'Escala realitza una donació de 20.000 euros a la Fundació Salut Empordà (FSE) destinada a millorar l'atenció sanitària dels residents locals, especialment de les persones majors. Es tracta, doncs, d'una contribució que permetrà renovar equips mèdics en l'àrea bàsica de salut de L'Escala.⁴⁹²

L'afany per diversificar l'oferta dels càmpings va fer que amb el temps sorgissin més activitats relacionades amb aquest sector. Els campistes que s'allotgen en càmpings de la província de Barcelona poden gaudir de diverses activitats a l'aire lliure durant la seva estada: com per exemple, senderisme, cicloturisme i enoturisme. Barcelona

al 2019 és reconeguda per la seva cultura del vi, amb cinc denominacions d'origen de vins i caves destacades. En les diferents comarques, els cellers ofereixen visites i activitats relacionades amb l'elaboració del vi, ideals per a famílies interessades en l'enoturisme.



Fotografia:
Retall de l'article complet "Els càmpings de Barcelona, ideals per al enoturisme" (2019).⁴⁹³

490 Playa Montroig inaugura uno de los parques de agua más grandes de Europa. (7 de maig de 2018). La Vanguardia. Monográfico especial, 4.

491 Roses promociona els càmpings a Alemanya. (26 de febrer de 2019). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLIII(2.496), 21.

492 Illa Mateua dona 20.000 euros a la Fundació Salut Empordà. (12 de març de 2019). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLIII(2.498), 14.

493 Los campings de Barcelona, ideales para el enoturismo. (3 de maig de 2019). La Vanguardia. Monográfico especial, 6.

Al 2019, l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre, amb més de 40 anys d'experiència, inclou 56 càmpings en diverses comarques de Tarragona, contemplant dins de la seva oferta els glampings. Aquests combinen l'experiència original del càmping amb comoditats modernes, oferint una oportunitat per atreure més clients al món del càmping; des d'opcions econòmiques de parcel·les amb tendes fins a bungalows de luxe, els càmpings s'adapten a diversos pressupostos familiars, aprofitant terrenys estratègics per oferir una experiència atractiva i moderna en harmonia amb la natura.⁴⁹⁴

La pandèmia de la COVID-19, va tenir un impacte sense precedents pel sector turístic de Catalunya. Això va provocar la implementació de mesures dràstiques de salut pública a tot el món, incloent-hi restriccions de viatge i tancaments de fronteres. Catalunya, tradicionalment reconeguda com una important destinació turística, es va veure greument afectada: hotels, restaurants, atraccions turístiques i empreses relacionades van enfrontar importants desafiaments a causa de la caiguda dràstica en l'arribada de visitants.

El 2020 el director de màrqueting Frank Jacobs, de ACSI (Acte Camper Service International), editorial holandesa especialitzada en el sector del càmping, va visitar els càmpings gironins per conèixer la situació a Catalunya i el seu impacte en el turisme. Jacobs va poder observar de primera mà les mesures de seguretat que s'estaven aplicant en els establiments a causa de la COVID-19.⁴⁹⁵ Envers aquest desafiament, molts càmpings van reaccionar i van aplicar

mesures per a la prevenció del contagi del coronavirus. La Platja Montroig va implementar un estricte protocol que inclou proves de COVID-19 per al personal, instal·lació de mampares en àrees comunes, reducció d'aforament i actualització de la seva aplicació per facilitar la comunicació i les comandes.⁴⁹⁶

Un any després d'aquest esdeveniment, les reserves als càmpings i cases rurals es disparen a l'estiu, independentment del coronavirus i del pitjor inici de temporada de la seva història. En aquest escenari, el càmping és una bona alternativa, atès que són allotjaments amb espais oberts i en contacte amb la natura; no hi ha àrees congestionades i els hostes poden utilitzar els seus propis articles personals sense risc de contagi.⁴⁹⁷

En altres anys, els càmpings ja tenien assegurada el 80% de l'ocupació a l'estiu. Ara bé, al 2020, en el millor dels casos, estaven al 40%, encara que el creixent ritme de reserves convidava a un cert optimisme.⁴⁹⁸ Dins d'aquest context, l'Associació de Càmpings de Girona va posar a disposició 292 estades setmanals gratuïtes a treballadors d'hospitals, realitzant una estratègia amb mitjans de comunicació i amb la participació de la comunitat virtual.⁴⁹⁹

494 A.V. (3 de maig de 2019). Glamping es volver a los orígenes, con el confort de hoy. Joan Antón Presidente de la Asociación de Campings de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre. La Vanguardia. Monográfico especial, 3.

496 A.V. (15 de juny de 2020). Nuestra gran ventaja es estar al aire libre. Alejandro Giménez. Director del Playa Montroig Camping Resort. La Vanguardia. Monográfico especial, 2.

497 A.V. (15 de juny de 2020). El Playa Montroig aplica un exigente protocolo de prevención e higiene. La Vanguardia. Monográfico especial, 2.

498 Oller, S & Sans, S. (1 de juny de 2020). Las reservas en campings y casas rurales se disparan para verano. La Vanguardia. Vivir, 1.

499 Els càmpings gironins regalen 292 estades setmanals als treballadors d'hospitals. (31 de març de 2020). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLIV(2.553), 29.

El càmping Illa Mateua de l'Escala realitza una donació de 20.000 euros a Càritas Diocesana de l'Escala, destinats als col·lectius més vulnerables, especialment a les persones grans.⁵⁰⁰

Enmig de l'emergència sanitària, el cineasta Josep Pérez va iniciar el rodatge del documental "Càmping Life (La ciutat efímera)" en un conegut càmping de Sant Pere Pescador, coproduït amb TV3. El documental explorava el concepte de vacances i buscava comprendre què significava realment prendre's un descans. La majoria dels turistes eren d'origen holandès i alemany i destacaven la sensació de seguretat i qualitat de vida dins del càmping. Malgrat la situació generada per la pandèmia, els visitants gaudien d'activitats com el windsurf i la vida a l'aire lliure durant la seva estada⁵⁰¹; aquest documental guanyaria el premi al millor documental al “Cerdanya Film Festival” del 2021.⁵⁰²

A la recerca de promoció i difusió dels càmpings de la regió, així com la necessitat de plasmar internacionalment la implementació de mesures de seguretat per als turistes i demostrar la recuperació del sector, l'Associació de Càmpings de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona van crear una campanya a través d'un programa de televisió que s'emetria en un canal holandès a l'any següent. Una productora holandesa va filmar dos capítols en càmpings locals com a part d'aquesta iniciativa promocional, destinada a atreure turisme estranger i recuperar la seva confiança per al 2021. El programa, anomenat RTL Camper, va ressaltar les mesures de seguretat implementades en els càmpings,

com l'ús de màscares i l'estricta compliment dels protocols sanitaris.⁵⁰³



En aquell mateix any (2020), un informe realitzat per la Universitat de Girona realitza una caracterització del tipus de perfil de turistes que visiten la Costa Brava, revelant que els autocaravanistes tenen un poder adquisitiu d'un 30% superior a la mitjana i el 50% compta amb estudis universitaris. La recerca llança resultats entorn de les matriculacions d'autocaravanes i furgonetes camper a Espanya, afirmant que aquestes s'han multiplicat per sis en els últims sis anys, passant de 1.500 en el 2014 a 9.000 al 2019.

Fotografia:
Imatge del rodatge en el Càmping Delfin Verde per a promoció turística del destí (2020).⁵⁰⁴

- 500 El càmping Illa Mateua fa una donació de 20.000 euros a Càritas Diocesana. (5 de maig de 2020).** Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLIV(2.558), 34.
- 501 Què és això de fer vacances?. (18 d'agost de 2020).** El cinesasta Josep Pérez està rodant 'Càmping Life (La ciutat efímera)' en un conegut càmping de Sant Pere Pescador. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLIV(2.573), 25.
- 502 Càmping Life' guanya el Premi al Millor documental al Cerdanya Film Festival. (17 d'agost de 2021).** El cinesasta Josep Pérez està rodant 'Càmping Life (La ciutat efímera)' en un conegut càmping de Sant Pere Pescador. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.635), 29.
- 503 Julbe, B. (21 de juliol de 2020).** Los campings de Girona se promocionan en Holanda. La Vanguardia. Vivir, 4.
- 504 Julbe, B. (21 de juliol de 2020).** Los campings de Girona se promocionan en Holanda. La Vanguardia. Vivir, 4.
- 505 Oller, S. (7 de novembre de 2020).** Autocaravanistas con carrera y más dinero. Un estudio de la UdG desmonta algunos tópicos sobre este segmento que en España va al alza; las matriculaciones se han multiplicado por seis. La Vanguardia. Vivir, 4.

Fotografia:
Caravàning presa de "Autocaravanistas amb carrera i més diners. Un estudi de la UdG desmunta alguns tòpics sobre aquest segment que a Espanya va a l'alça; les matriculacions s'han multiplicat per sis" en La Vanguardia.⁵⁰⁶

- 506 Oller, S. (7 de novembre de 2020).** Autocaravanistas con carrera y más dinero. Un estudio de la UdG desmonta algunos tópicos sobre este segmento que en España va al alza; las matriculaciones se han multiplicado por seis. La Vanguardia. Vivir, 4.
- 507 Gotanegra, M. (5 de gener de 2021).** Carta oberta Federació Catalana de Càmpings. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.593), 19.
- 508 Un 40% dels càmpings gironins, oberts per Setmana Santa. (23 de març de 2021).** Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.604), 23.
- 509 Els càmpings locals agafen múscul de cara a l'estiu. (18 de maig de 2021).** Els establiments de la demarcació gironina han invertit uns 21 milions per reforçar la seva oferta turística. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.612), 21.
- 510 Primera edició del “Dia festiu al càmping. (3 de juny de 2001).** La Comarca d'Olot, (2.077), 26.
- 511 La Badia de Roses, focus de vela lleugera. (21 de setembre de 2021).** El càmping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador acull el Hòbie Multieuropeans Championship 2021. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.630), 40.

A més, s'identifica que més del 82% de les pernoctacions es realitzen en càmpings, i la despesa econòmica diària és d'uns 54 euros, augmentant un 15% si l'allotjament és en un càmping. Així mateix, l'estudi va comentar que la crisi sanitària va afectar les activitats dels autocaravanistes, els qui han reduït els seus desplaçaments pel territori i han gastat menys en bars, restaurants i activitats culturals.⁵⁰⁵



A l'any 2021, es publica una nota titulada “Carta oberta Federació Catalana de Càmpings”, en la qual la federació expressa la seva preocupació respecte a la necessitat de prendre mesures pel descompte de taxes de turisme, generació de campanyes potents per a la promoció de la destinació i la necessitat d'eines necessàries per a afrontar la crisi sanitària i totes les seves mesures de seguretat.⁵⁰⁷

En aquest mateix any, el càmping continua sent reconegut com una de les millors opcions de turisme, ja que compten amb instal·lacions a l'aire lliure i la possibilitat de tenir contacte amb la natura i fer esport, sent tendència en alça durant la pandèmia.⁵⁰⁸

En aquest context, els càmpings de les comarques gironines, encarant la COVID-19, inverteixen 21 milions d'euros per millorar equipaments, fer més allotjaments, restaurants i recepcions, prioritzant la sostenibilitat energètica i, així, reforçar la seva oferta turística enmig de la pandèmia.⁵⁰⁹

Enmig de la recuperació després de la pandèmia, diversos esdeveniments i activitats van sorgir en els càmpings de Catalunya. En el 2021, es realitza la primera edició del “Dia festiu al càmping” realitzat al càmping Mes Coguleres, amb una àmplia programació de tallers, artesanía, música, ioga i meditació.⁵¹⁰ A aquestes iniciatives se suma el Càmping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador acollint al Hòbie Multieuropeans Championship Costa Brava 2021, sent un epicentre de la pràctica de vela internacional i organitzat pel Club de Vela La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador.⁵¹¹



En l'entrevista realitzada a Esteve Guerra, director del Càmping Bassegoda Park d'Albanyà i president de l'associació Empordà Turisme, va esmentar que la Covid-19 va donar pas al fet que les persones valorin la natura i l'aire pur gràcies a la projecció de sostenibilitat que tenien els càmpings des de feia anys amb el creixement del turisme en benefici del ciutadà de la natura, aportant encara més a l'obertura de caravanes, bungalows i càmpings⁵¹²

En aquest mateix any, l'Associació de Càmpings de Girona realitza la campanya “Càmping Solidari”, la qual va permetre la recollecció de 12.500 € donant una part a l'Associació Polseres Candela, a l'Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona i una altra part a la Fundació Esclerosi Múltiple.⁵¹³



El 2022 comença amb una recuperació del sector turístic a la regió. En aquest context, Catalunya preveu invertir 100 milions d'euros amb l'objectiu d'atreure viatgers internacionals. Els nous hàbits turístics sorgits després de la Covid-19, amb una major preferència pels espais oberts i naturals, van impulsar primer l'oferta d'allotjaments rurals i de càmpings.⁵¹⁴ En aquest context, Toni Castellar, director del Càmping La Ballena Alegre de Costa Brava, reconeix que un efecte positiu de la pandèmia va ser que la gent va conèixer els càmpings i va atreure majors turistes de proximitat. Aquest càmping té la intenció que els seus bungalows siguin 100% sostenibles.⁵¹⁵

Fotografies:
1. **Càmping Aquarius** Ioga (2021). Fotografia atorgada pel càmping.
2. **Càmping Sangulí** zona temàtica Polinèsia Carib (2021). Fotografia atorgada pel càmping.

512 **Arranz Perpinyà, M.** (26 de novembre de 2021). El turisme de càmping s'ha obert a un perfil de client diferent. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.635), 20.
513 **La campanya solidària dels càmpings gironins assoleix un èxit de participació.** (28 de desembre de 2021). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLV(2.644), 16.
514 **Gutiérrez, M.** (18 de gener de 2022). El camping renace. El sector se recupera de la crisis turística más rápido que el hotelero en Catalunya Prevé invertir 100 millones para atraer al viajero internacional. La Vanguardia, (50.420), 43.
515 **Castellar, T.** (22 de febrer de 2022). El director del Càmping La Ballena Alegre, Tomi Castellar, explica que la temporada turística d'aquest any té bones perspectives. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLVI(2.652), 2.

516 **Els càmpings potencien els esdeveniments.** (22 de febrer de 2022). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLVI(2.655), 18.
517 **Oller, S & Giralt, E.** (4 de juliol de 2022). El regreso del turismo extranjero dispara la ocupación en los campings La reservas han alcanzado el 85% para agosto, cifras parecidas a los años 2018 y 2019. La Vanguardia. Vivir, 1.
518 **El càmping Aquarius bufa les 50 espelmes.** (17 de juliol de 2022). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLVI(2.672), 21.
519 **Els càmpings gironins aposten per la sostenibilitat per fer front a la crisi energètica.** (4 de novembre de 2022). La quarta edició del Girocamping PRO va aplegar a Figueres més de 300 professionals del sector turístic. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLVI(2.684), 24.
520 **Un regalo que se ha convertido en empresa.** (9 d'octubre de 2022). Nomading Camp propone habitaciones en burbujas transparentes para poder dormir bajo las estrellas. Dinero. La Vanguardia, 13.

Fotografia:
Càmping Costa Brava entrada (2022). Fotografia atorgada pel càmping.

En el panorama de càmpings, Miquel Gotanegra per tercera vegada consecutiva és elegit com a president de la Federació Catalana de Càmpings (FCC).

El sector del càmping gironí potencia els esdeveniments que es realitzen en les seves instal·lacions, amb l'objectiu d'atreure més turisme amb esdeveniments, com per exemple, el Norai Music & Camp Festiva en el Càmping Nàutic Almata (Castelló d'Empúries), el WindBa Costa Brava Optimist Spring Cup o el Mussara Hunting Dongs Gravel 2023 realitzat al Càmping La Ballena Alegre (Sant Pere Pescador), entre altres.⁵¹⁶

En plena recuperació, les reserves en càmpings catalans han aconseguit el 85% a l'agost del 2022, xifres similars als anys 2018 i 2019,⁵¹⁷ mostrant que, a poc a poc, se superava la crisi que



va portar la pandèmia i es reprenia el comportament turístic del sector. Durant aquest mateix any, el càmping Aquarius de Sant Pere Pescador celebra el seu 50è aniversari.⁵¹⁸

En aquest moment, els càmpings de Girona destaquen per la seva aposta per la sostenibilitat per enfrontar la crisi energètica, implementant mesures com la reducció de consums d'energia i aigua, l'augment d'instal·lacions solars i tèrmiques, i el foment d'estratègies digitals. Miquel Gotanegra, president de la FCC, ressalta que els càmpings fa anys que inverteixen en sostenibilitat i que és crucial potenciar aquesta via en l'actual context econòmic, buscant suport d'empreses energètiques i ajuntaments per a una transformació més eficient.⁵¹⁹

Dins de la cerca per oferir experiències memorables i innovar en el sector, el Nomading Camp, amb els seus cinc càmpings repartits en el territori espanyol, incloent-hi Catalunya, proposa habitacions en bombolles transparents per poder dormir sota les estrelles a Madrid, Alacant i Navarra. Aquestes es troben equipades amb climatització, bany, espai exterior propi i un telescopi per l'observació de les estrelles.⁵²⁰



L'interès per dormir veient les estrelles continua sent una tendència. El Càmping Bassegoda Park, l'any 2022, continua impulsant l'observatori astronòmic d'Albanyà, un lloc que permet observar les estrelles sense contaminació lumínica, és a dir, permet fer “turisme de les estrelles” atraient públic divers i, alhora, permet desestacionalitzar el turisme recolzant-se en altres esdeveniments com la Fira del Bolet, beneficiant al sector de la restauració.⁵²²

El sector del càmping a Espanya ha experimentat un creixement notable en l'últim any, segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística, presentant un rècord de pernoctacions extrahoteleres en el 2023, aconseguint els 137 milions. Per tant, el sector ha mostrat un moment excepcional. Durant l'última dècada, els càmpings han experimentat un augment

constant tant en pernoctacions com en nombre de viatgers, destacant la seva connexió amb la natura.⁵²³

A l'any 2023, es van registrar prop de 10 milions de viatgers i més de 47 milions de pernoctacions, la qual cosa representa un creixement significatiu en comparació amb anys anteriors. Aquest creixement també es reflecteix en la influència del sector en l'economia nacional i la seva presència en fires turístiques. A l'estiu del 2023, el sector del càmping aconsegueix una ocupació del 90% a Espanya impulsada per l'estiu.⁵²⁴ Ana Beriain, presidenta de la Federació Espanyola de Càmpings, destaca aquestes dades com una evidència del creixent pes del sector en el turisme nacional i, a més, espera continuar atraient noves famílies a l'experiència del càmping.⁵²⁵ En aquest mateix any, més de 4 milions de turistes van triar el càmping com a opció d'allotjament, generant més de 19 milions de pernoctacions. El president de la federació emfatitza la importància de la qualitat i la desestacionalització per al creixement sostenible del sector.⁵²⁶

Fotografia:
Instal·lacions de glamping de
Nomading Camp (2022).⁵²¹

- 521 *Un regalo que se ha convertido en empresa. (9 d'octubre de 2022). Nomading Camp propone habitaciones en burbujas transparentes para poder dormir bajo las estrellas. Dinero. La Vanguardia*, 13.
- 522 *Arranz Perpinyà, M. (8 de novembre de 2022). Albanyà és un poble emblemàtic Garrotxa empordanès. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any XLVI(2.689), 34*
- 523 *El camping, gran triunfador turístico en España en 2023. (19 de febrer de 2024). Red Intur.*
- 524 *El sector del camping alcanza una ocupación del 90% en España impulsado por el verano. (21 d'agost de 2023). La Vanguardia, (50.996), 55*
- 525 *El camping, gran triunfador turístico en España en 2023. (19 de febrer de 2024). Red Intur.*
- 526 *Francás, R. (21 d'agost de 2023). Los campings reivindican su encaje en el modelo turístico catalán. Las más de 350 instalaciones tienen un impacto económico de 2.500 millones. La Vanguardia. Vivir*, 30.

Fotografies:
Càmping Garrofer (2022-2023):⁵²⁷
1. Instal·lacions del càmping.
2. Espais d'autocura dins del càmping.
3. Caravàning.
4. Glamping a les instal·lacions.
Fotografies atorgades pel càmping.



527 *Francás, R. (21 d'agost de 2023). Los campings reivindican su encaje en el modelo turístico catalán. Las más de 350 instalaciones tienen un impacto económico de 2.500 millones. La Vanguardia. Vivir*, 30.



Aquest mateix any, la cadena WeCamp, dirigida per Albert Montesinos, ha introduït un innovador concepte que fusiona elements hotelers amb el càmping tradicional. Actualment, WeCamp compta amb nou càmpings, dels quals sis operaran sota la seva marca aquest estiu, mentre que els altres tres s'adaptaran a l'estàndard WeCamp per a la pròxima temporada. A Catalunya, tenen tres càmpings operatius situats a Santa Cristina, Cala Montgó i Cadaqués. WeCamp se centra en el disseny, el confort, el servei, les experiències i la sostenibilitat, emprant materials moderns i naturals per oferir allotjaments acollidors i versàtils, elevant l'estàndard hotelier en el món del càmping.⁵²⁸

En el 2024, HolaCamp apareix amb una proposta de plataforma digital que s'endinsa en el sector del càmping, focalitzada en la tendència creixent del glamping que combina l'experiència d'acampar amb luxoses comoditats. La plataforma opera en turoperació i ofereix serveis professionals, com call center i màrqueting a cinc càmpings en franquícia, amb plans d'expandir-se a set enguany. També negocien acords per a instal·lar glampings i caravanes de luxe directament en els càmpings seleccionats, tenint en compte l'augment de la demanda d'allotjament en càmpings.⁵²⁹

Actualment, la Federació Catalana de Càmpings destaca l'impacte econòmic i la qualitat dels càmpings a Catalunya, amb més de 350 instal·lacions i 270.000 places que representen una part important del turisme a la regió.⁵³⁰

528 Valls, A. (28 d'abril de 2023). Portem l'estàndard hotelier als càmpings. *La Vanguardia*. Què fem?, 12.

529 Justicia, A. (5 de març de 2024). 'Glamping' a la catalana. La plataforma HolaCamp irrumpe en el sector del camping para aglutinar una oferta en auge en torno al lujo y la naturaleza. *Dinero. La Vanguardia*, 47.

530 Francàs, R. (25 d'abril de 2024). Los campings reivindican su encaje en el modelo turístico catalán Las más de 350 instalaciones tienen un impacto económico de 2.500 millones. *La Vanguardia*. Vivir, 30.

A continuació, es relacionen els principals esdeveniments de la cultura dels càmpings:

- El sorgiment del caravàning a Catalunya en els anys 70 va coincidir amb una època de canvi en la potència dels automòbils, la qual cosa va facilitar el remolc de caravanes i va contribuir al creixement d'aquest sector.
- El Saló Internacional del Caravàning a Montjuïc es va convertir en una important plataforma per als amants del càmping, oferint una àmplia gamma de vehicles i equips, i servint com a aparador per a les últimes novetats del sector.
- D'altra banda, el turisme també va experimentar un creixement a Catalunya durant aquest període, amb regions com Olot i Tarragona destacant-se com a destinacions turístiques.
- El càmping es va posicionar com una forma popular d'allotjament, especialment en la Costa Daurada, que va atreure centenars de turistes i va consolidar a Tarragona com la segona província amb major nombre de càmpings a Espanya.
- Campanyes de promoció internacional, liderades per la Federació de Càmpings Espanyols, van contribuir a l'atracció de turistes de països com el Regne Unit, Itàlia, Bèlgica i Alemanya.
- El caravàning i el càmping no només es van limitar al turisme, sinó que també es van convertir en escenaris per a esdeveniments culturals i artístics.
- L'estil de vida associat al càmping, marcat per la tranquil·litat, la natura i la convivència, va guanyar popularitat entre els habitants de les grans ciutats, els

- quals buscaven escapar de la bullicia urbana durant l'estiu. Aquesta tendència va fer que els càmpings fossin percebuts com a llocs de llibertat i simplicitat, atraient un ampli espectre de turistes.
- Malgrat el creixement i els reconeixements obtinguts per la indústria del càmping, van sorgir desafiaments com els conflictes entre veïns i campistes en algunes zones, la qual cosa va destacar la importància de regulacions clares i el respecte per l'entorn natural.
 - Cap als anys 80, el càmping i el caravàning es van consolidar com a impulsors clau del turisme a Catalunya, representant més del 50% del total de visitants a la regió i sent recolzats per la Generalitat com a agents fonamentals per al desenvolupament turístic.
 - En les dècades de 1980 i 1990, el sector del càmping a Catalunya va experimentar un creixement significatiu, impulsat per una combinació de factors com la professionalització de la gestió empresarial, la promoció turística internacional i la diversificació de l'oferta de serveis.
 - A mesura que augmentava la demanda de càmpings, es van destacar aquells que oferien instal·lacions d'alta qualitat i serveis addicionals, com piscines climatitzades, escoles de windsurf i programes d'animació per a nens. Aquesta atenció al detall i la satisfacció del client van ajudar a diferenciar els càmpings líders en el mercat.
 - El creixement del turisme també va plantejar desafiaments, com la necessitat de regular l'afluència de visitants i protegir el medi ambient de la degradació. A mesura que es va intensificar el debat sobre la gestió sostenible del

- turisme, van sorgir iniciatives per a promoure pràctiques responsables i minimitzar l'impacte negatiu en els entorns naturals.
- Les dècades de 1980 i 1990 van marcar un període d'expansió i consolidació per al sector del càmping a Catalunya, amb un enfocament en la millora de la qualitat, la diversificació de l'oferta i la promoció del turisme sostenible.
 - Amb el pas dels anys, l'oferta es diversifica: des de càmpings tradicionals fins a opcions més luxoses i càmpings en entorns naturals.
 - Els càmpings van jugar un paper important en la promoció d'activitats a l'aire lliure i en la preservació del patrimoni cultural i natural de la regió.
 - El càmping deixa a un costat les tradicionals tendes d'acampar i innova amb instal·lacions més similars a les dels hotels com a bungalows i glampings.
 - L'evolució dels càmpings a Catalunya reflecteix una creixent integració de sostenibilitat i qualitat en l'oferta turística. Des de la reunió del conseller de Medi Ambient amb empresaris del sector en el 1998 fins al desenvolupament de càmpings ecològics en 2011, l'enfocament ambiental ha estat una constant.
 - Amb el temps, els càmpings van començar a oferir una experiència més integral, integrant mesures ecològiques i sostenibles com l'ús d'energies renovables i pràctiques responsables.
 - Els càmpings també es van adaptar a les necessitats dels cicloturistes i altres entusiastes d'activitats a l'aire lliure, millorant els seus serveis i infraestructures.

- El sector del càmping no només va buscar millorar l'experiència dels campistes, sinó també contribuir a la comunitat a través d'accions de responsabilitat social i donacions a organitzacions benèfiques.
- L'impacte de la pandèmia de la COVID-19 en el 2020 va ser un cop molt dur per al turisme, però també va implementar una sèrie de mesures de seguretat innovadores i campanyes de promoció que van ressaltar la resiliència del sector.
- La recuperació postpandèmia ha estat sòlida, amb xifres d'ocupació similars a les d'anys anteriors a la crisi, reflectint un ressorgiment en l'interès pel càmping com a opció turística preferida.
- La implementació de mesures sostenibles i l'organització d'esdeveniments i activitats han revitalitzat el sector, atraient tant turistes nacionals com internacionals.

531 *Salón Náutico Internacional y del Deporte. (21 de gener de 1976). La industria del caravaning está en pleno desarrollo. La Vanguardia Española, (34.093), 27.*

532 *Canto, E. (23 de gener de 1979). XIV Salón Náutico Internacional y del Deporte. La Vanguardia Española, (35.025), 36.*

533 *Batet, C.F. (6 de juny de 1975). Gran festival deportivo. Olot Misión, (1002), 20.*

534 *Altos cargos en la asamblea de la industria del camping. (24 de gener de 1975). La Vanguardia Española, Any CXI(35.786), 21.*

535 *IX Campamento Provincial de Barcelona de la Federación Catalana de Montañismo. (19 de setembre de 1975). La Vanguardia Española, (33.989), 52.*

536 *II Ruta Caravanista de Catalunya. (30 d'abril de 1976). La Vanguardia Española, (34.178), 41.*

537 *El Caravaning Club de Barcelona a Israel. (17 de juliol de 1976). La Vanguardia Española, (34.245), 35.*

538 *XXI Rally Nacional de Camping y Caravaning. (4 d'abril de 1979). Organizado por el C. Club Barcelona y con la asistencia del presidente de la Federación Internacional. La Vanguardia Española, 33.*

539 *El sábado comienza la II Feria de Otoño de la Caravana. (1 de novembre de 1980). La Vanguardia, (35.550), 36.*

Fotografia:
Càmping La Ballena Alegre (1976).
Exposició d'ESSE, de l'arxiu del
Càmping La Ballena Alegre.

Reconeixements internacionals: esport, esdeveniments, congressos i premis

El creixement del càmping i l'augment del turisme van continuar sent un focus d'interès per a la realització d'esdeveniments i congressos, mentre que la millora d'infraestructures i la prestació de serveis d'allotjament van provocar el reconeixement, mitjançant el lliurament de premis, a molts dels càmpings instal·lats en el territori. A mitjans dels anys 70, els salons dedicats a l'esport i al càmping van continuar sent els principals espais de promoció i difusió. Hi ha exemples com el Saló Nàutic Internacional i de l'Esport, esdeveniment que any rere any exposava les principals innovacions del càmping i, a més, obrien un espai per a la socialització de proveïdors.^{531,532}

Caldria esmentar també els festivals esportius com el de la “Sagrada Família”: el 1975, es porta a terme un esdeveniment, en el qual l'esport i el càmping van formar part del gran lema d'invitació. Aquest esdeveniment va ser possible gràcies al suport de l'Ajuntament d'Olot, Informació i Turisme i negocis privats.⁵³³ En el mateix any, es van celebrar l'Assemblea anual de Càmpings d'Espanya i de Ciutats de Vacances. Alts càrrecs en l'Assemblea de la Indústria del Càmping, és a dir, els representants de les 500 indústries del càmping i ciutat de vacances existents a Espanya, es reuneixen en la seva XXI assemblea nacional de Càmpings d'Espanya i de Ciutats de Vacances⁵³⁴ a l'IX Campament Provincial de Barcelona organitzat per la Federació Catalana de Muntanyisme.⁵³⁵

El caravàning genera esdeveniments i trobades en tot el territori, com la II Ruta Caravanista de Catalunya en el 1976⁵³⁶ o el Ral·li Internacional de Càmping i Caravàning, organitzat per la Federació Mundial el mateix any.⁵³⁷ Aquest va tenir diverses edicions en anys posteriors⁵³⁸; anys després, es van continuar generant esdeveniments com la Fira de Tardor de la Caravana en el 1980.⁵³⁹



A partir de la promoció i celebració de la cultura entorn del càmping, el 1977, en el Marc del Congrés de Cultura Catalana, se celebra la Festa popular dels Aiguamolls de l'Empordà realitzada en el Càmping Laguna (Castelló d'Empúries) amb diverses activitats culturals: entre aquestes, música, teatre, sardanes i recitals^{.540, 541} Així mateix, al voltant d'unes 25.000 persones han participat en el primer «Calella Càmping Rock», celebrat durant les jornades del divendres al diumenge en el Camp Municipal d'Esports.

Al relat cal agregar que la Costa Brava va ser present en la Borsa Internacional del Turisme que es va dur a terme en el 1977 a Berlín.⁵⁴² En el mateix any, es va celebrar el XV Saló Nàutic i de l'Esport,^{543,544} que tradicionalment mostrava innovacions en la matèria del càmping i generava promoció d'aquest.



A l'any 1980, al Saló Nàutic i de Caravàning es va celebrar una taula rodona sobre la problemàtica del sector del caravàning en tot el seu àmbit. Es van aportar molts suggeriments i voldríem destacar els estudis realitzats per la Direcció General de Turisme i la conselleria de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya.⁵⁴⁶

El començament dels anys 80 va portar amb si una gran quantitat de trobades i esdeveniments en càmpings que reunien un altre tipus de turistes, ja que s'agrupen elements culturals com la música i les arts. En el 1980, es va dur a terme la celebració de la tercera trobada de la Sardana en el Càmping Empúries de Castelló d'Empúries.⁵⁴⁷ També es va succeir la celebració del II Ral·li de l'Amistat entre dos clubs de caravanistes provinents del barri de Gràcia de Barcelona i l'altre del Sud de França. En el Càmping Vell Empordà, es van organitzar diverses sortides per l'Empordà i l'últim dia va haver-hi havaneres.⁵⁴⁸

- ⁵⁴⁰ *Festa popular, als aiguamolls de l'Empordà. (18 de maig de 1977).* Gran festival deportivo. 9 País, AnyI(4), 9.
- ⁵⁴¹ *Festa als aiguamolls de l'Empordà. (18 de maig de 1977).* Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXXVI(1.753), 14.
- ⁵⁴² *Comunidad Turística de la Costa Brava. (9 de març de 1977).* Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXXIV(1.743), 10.
- ⁵⁴³ *Productos de 23 países en el Salón de Deporte y Camping. (21 de novembre de 1977).* La Vanguardia, (34.638), 18.
- ⁵⁴⁴ *Mañana abre sus puertas el XV Salón Náutico y del Deporte. (14 de gener de 1977).* Quinientos quince expositores presentan mil quinientas marcas nacionales y extranjeras. La Vanguardia, (34.398), 41.
- ⁵⁴⁵ *Ayer fue inaugurado el XVI Salón Náutico y del Deporte. (15 de gener de 1978).* La Vanguardia (34.709), 1.
- ⁵⁴⁶ *Estudio de la Generalitat sobre camping y caravanning. (27 de gener de 1980).* La Vanguardia, (35. 339), 19.
- ⁵⁴⁷ *L'Aplec de la Sardana a Castelló d'Empúries. (23-29 d'abril de 1980).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, Any IV(164), 19.
- ⁵⁴⁸ *Noticiero. Garriguella. (22 d'abril - 5 maig de 1981).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (213), 11.

Fotografia:
XVI Saló Nàutic i de l'Esport (1978).⁵⁴⁵

- ⁵⁴⁹ *És celebrarà la “Segona Festa del Pedal”. (9- 15 de setembre de 1981).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (230), 13.
- ⁵⁵⁰ *IV Campionat d'Espanya de Windsurfing a Roses. (16-22 de setembre de 1981).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (231), 14.
- ⁵⁵¹ *Salones Deporte y Camping y Hostelco-81. (20 d'octubre de 1981).* La Vanguardia, (35. 874), 27.
- ⁵⁵² *El señor Gamir inauguró «Rodatur». (22 de gener de 1982).* El turismo tendrá gran papel en la resolución de la crisis. La Vanguardia, (35.953), 21.
- ⁵⁵³ *[...Aquest Cap de setmana es presenta interessant pels afeccionats a les dues rodes i al motor, és a dir els motociclistes, puix els dies 20 i 21 d'aquest mes tindrà lloc al Camping Pous i organitzat per «La Charanga del Tío Honorio....»] (17 -23 de març de 1982).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (253), 19.
- ⁵⁵⁴ *Concestració Motorista. (24-30 de març de 1982).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (257), 20.
- ⁵⁵⁵ *Campionat Mundial de catamarans a vela. (18 - 24 d'agost de 1982).* Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (276), 20.
- ⁵⁵⁶ *Nota del grup d'accio ecologista de la Garrotx a (adherit al moviment ecologista català) sobre l'acampada dita "ecologista" del PSC-PSOE a Olot. (16 de setembre de 1982).* La Comarca d'Olot, (182), 16(15-16).
- ⁵⁵⁷ *Deporte y Camping reúne mil marcas. (23 d'octubre de 1982).* La Vanguardia, (36.214), 24.
- ⁵⁵⁸ *El verano en Sitges es un culto ejercicio de libertad. (3 d'agost de 1982).* La Vanguardia, (36.133), 18.

Fotografia:
Càmping Mas Nou piscina (1973).
Fotografia atorgada pel càmping.

Al 1981, el Càmping Mes Nou Residencial va destacar-se de la resta per l'epicentre de la diversió i l'activitat, oferint a les seves àmplies zones de càmping serveis com restaurant i piscina. A més, van ser espais que van albergar La Segona Festa del Pedal,⁵⁴⁹ un esdeveniment que va resultar ser un rotund èxit.⁵⁵⁰ En aquest mateix any, es va celebrar el XXV aniversari del Càmping de Salou, marcant una fita en la seva història. Per als amants de l'esport i la natura, la XIX edició del Saló Professional Esport i Càmping va brindar una oportunitat única d'explorar les últimes tendències i equipaments en l'àmbit.⁵⁵¹

L'any 1982 va resultar ser de gran importància en temes de promoció i difusió del turisme, atès que es va inaugurar el Saló Internacional del Turisme: Rodatur. En aquest esdeveniment,



el president del Comitè Organitzador, el senyor Josep Ensesa, va agrair la seva presència a 'les autoritats i va demanar a la Generalitat l'elaboració d'un reglament legislatiu per al càmping, modalitat turística que situa a Catalunya el 70 % del total dels seus efectius a Espanya.⁵⁵²

L'any 1982, el Càmping Pous es va convertir en el punt de trobada per als entusiastes del motociclisme durant la Primera Concentració Motorista, en la qual es va comptar amb la participació del grup musical "La Xaranga de l'Oncle Honori".^{553,554} Mentrestant, a les platges d'Empuriabrava, el Càmping La Llacuna va recolzar el "Campionat Mundial Oficis de Catamarans a Vela", on els campions van ser honrats amb cerimònies realitzades en el propi càmping.⁵⁵⁵

Durant aquest mateix any, la Comissió Executiva de la Joventut Socialista va liderar una acampada "ecologista" al Càmping dels Tries d'Olot, en col·laboració amb el Grup d'Acció Ecologista de la Garrotxa, demostrant un compromís amb la conservació del medi ambient.⁵⁵⁶ A més, el "Saló Professional Esport i Càmping" va celebrar la seva XXII edició, oferint una plataforma per a les últimes innovacions en el sector.⁵⁵⁷ Per als aficionats al ral·li, el 3er Ral·li Internacional de Càmping i Caravàning va atreure unes deu mil persones que van acampar en Valldevià per presenciar l'emocionant esdeveniment.⁵⁵⁸



La revista Caravàning dedica una secció a parlar de la zona d'Olot i a la Vall de Bianya, recomanant-les com “els indrets de Catalunya més tranquils i adients per a passar-hi una temporada de descans” destacant al càmping olotí Les Tries.⁵⁶⁰

Avançant en el temps, els últims anys de la dècada van significar anys de creixement i promoció del càmping. La inauguració de la “Fira del Càmping i el Turisme en Essen” el 1986 va portar amb si un reconeixement internacional del càmping a Catalunya, ressaltant novament que des de fa més de vint anys, el 70% del turisme estranger de “càmping” que va a Espanya es queda a Catalunya.⁵⁶¹

Encara el 1986, el Patronat de Turisme de Llançà és present dins de l'organització de la Comunitat Turística de la Costa Brava en les següents fires: Vakantie Utrecht, Fitur Madrid, Saló Mondial du Tourisme París, BIT Milà, ITB Berlín, saló Marsella, Salon donis Vacances Brussel·les i Càmping Touristique Essen.⁵⁶² Aquest tipus d'esdeveniments demostren el creixement notable del càmping a Catalunya i la seva importància com a focus turístic a nivell nacional.

Reconeixent l'estreta relació entre el caravàning i el càmping, la II Fira del Caravàning a l'Hospitalet de Llobregat, organitzada pel Gremi de Comerciants de Caravàning de Catalunya (GREMCAR), va presentar la majoria de les caravanes, autocaravanes, remolcs i tendes de campanya nacionals i importades del mercat, així com el material per a la pràctica del càmping i del caravàning.⁵⁶³

Fotografia:
Campistes de tot el món es van concentrar a Valldevià. Imatges obtingudes de l'article sobre càmping i caravàning a la Vanguardia (1982).⁵⁵⁹

559 Estruch, S. (15 d'agost de 1982).
4.825 campistas de todo el mundo
se concentraron en Valldeviá. La
Vanguardia, (36.145), 24.

560 La revista "caravanning" parla d'Olot. (7 de gener de 1987). La Comarca d'Olot, (149), 7.

561 Popescu, V. (15 de març de 1986). El President de la Generalitat inaugura la Feria del Camping y el Turismo en Esse. Pujol explicó a empresarios alemanes el sentido del voto registrado en Cataluña en el referéndum. *La Vanguardia*, (37.438), 19.

562 **Corresponsal**, B. (20-26 de maig de 1982). Restaurada la històrica ermita romànica del Terrer, a Llançà Gràcies a l'Ajuntament i els Amics de Sant Silvestre, en col·laboració amb la Generalitat. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (463), 8.

563 Bosch, L. (8 d'octubre de 1986). II Fira del Caravaning, en l'Hospitalet de Llobregat. *La Vanguardia*, (37.644), 34.

564 Bosch, L. (31 de desembre de 1986).
Premio de la Generalitat para la
Unió Caravanista de Catalunya. La
Vanguardia, (37.727), 31.

565 Castelló d'Empúries: Guardó per al càmping "La Laguna". (18 -24 de febrer de 1986). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (450), 11.

566 Una buena información de camping. (12 de novembre de 1986). II Fira del Caravaning, en l'Hospitalet de Llobregat. La Vanguardia, (37.679), 42.

567 Una buena información de camping. (12 de novembre de 1986). II Fira del Caravaning, en l'Hospitalet de Llobregat. La Vanguardia, (37.679), 42.

568 Once campings españoles, entre los mejores de Europa. (19 de març de 1986). *La Vanguardia*, (37.442),30.

569 *Cataluña, país campista modélico*. (25 de juny de 1986). *La Vanguardia*, (37.539), 39.

570 Novo, C. (31 de juliol de 1986). El primer diario de un camping ya es realidad en la Costa. Brava "Delfín Verde Express" o el encanto de leer el propio nombre en el periódico. *La Vanguardia*, (37.575), 20.

Fotografia:
Portada de revista "El Càmping"
(1986).⁵⁶⁷



Per aquesta raó, la Unió Caravanista de Catalunya va rebre el premi de la Generalitat per la seva destacada contribució al foment del turisme a Catalunya, reconeixent la seva tasca i funció en la promoció del turisme responsable i sostenible. "l'entitat, fundada fa més de dotze anys, és la més gran d'Espanya en la seva categoria i compta amb uns 5.000 associats i organitzava activitats com l'acampada nacional de la Federació Espanyola de Càmping i caravàning".⁵⁶⁴ Pel que fa a altres reconeixements, al 1986, el càmping "La Laguna" a Castelló d'Empúries va rebre el XI Trofeu Internacional de Turisme i Hostaleria.⁵⁶⁵

L'any 1986 finalitza amb la publicació de la revista "Càmping y su mundo", que amb un disseny atractiu, acompanyat de fotografies i gràfic, presentava informació destinada als aficionats del càmping i el caravàning. Dins del seu contingut, es ressalten els preus, entrevistes amb experts, rutes turístiques, debats sobre l'acampada a l'aire lliure, viatges i entreteniments.⁵⁶⁶

A l'any 1986, la indústria del càmping a Europa va experimentar un notable reconeixement i desenvolupament, que es va veure reflectit en les guies anuals dels càmpings. El "ADAC-Campingführer" i altres publicacions de renom van detallar més de 6.207 càmpings d'Europa, atorgant el prestigiós títol de "càmping exemplar-mustergültig" a 36 d'ells, incloent 11 a Catalunya, com el Càmping Cypsela a Pals, el Càmping La Torre de Sol a Montroig, i el Càmping Platja Montroig.⁵⁶⁸ Paral·lelament, la Direcció General Catalana de Turisme va atreure l'atenció internacional pel fet de convidar a 18 periodistes europeus a Catalunya; un dels articles més importants va aparèixer en la prestigiosa revista mensual alemanya "Caravan", que titula el seu article "Catalunya: país ibèric exemplar" ("Das ibe rische Musterland").⁵⁶⁹ De fet, en tots els articles es va destacar la qualitat dels càmpings catalans gràcies a les estrictes regulacions locals.

En aquest context, va sorgir una innovació amb el llançament del periòdic "Delfín Verde Expressa", el primer diari de càmping en la Costa Brava que va capturar l'interès dels turistes en oferir notícies i esdeveniments en sis idiomes i encoratjar la participació activa dels campistes, consolidant així l'atractiu de la regió per als amants del càmping. En aquest periòdic, els campistes col·laboren amb entusiasme i comparteixen les seves històries i activitats. Es va repartir de manera gratuïta i tenia una tirada de 2.000 exemplars.⁵⁷⁰

En l'edició del 88 de Saló Rodatur, es van dedicar seccions especials al turisme de càmping i caravàning. A més, va ser un espai pioner a Espanya per tractar el turisme de congressos, convencions i incentius empresarials. En aquell mateix any, el món del càmping a Europa va veure sorgir destacats establiments, amb 37 càmpings rebent la prestigiosa classificació de "super càmpings" per part del ADAC, entre els quals tres se situaven a Catalunya: Càmping Cypsela a Pals, Càmping Platja Montroig i Càmping La Torre del Sol a Montroig (Tarragona).⁵⁷¹

Avançant en el temps, el XVI Saló Internacional del caravàning (1992) a la Fira de Barcelona de Montjuïc va presentar les mobile homes com l'última tendència en caravàning. Segons



Josep Maria Ordeix, president de l'esdeveniment, es van oferir una àmplia gamma de productes i accessoris per fer turisme en caravana amb comoditats comparables a les d'una habitació d'hotel; l'alta afluència de públic al saló reflecteix un creixent interès en el caravàning i les seves comoditats modernes.⁵⁷²

En el 1996, l'Oficina de Turisme de Castell Platja d'Aro participa a la fira de turisme Vakantiebeurs a Utrecht (Holanda), gràcies a la iniciativa pròpia dels càmpings. També van assistir a la Fira de Turisme de Copenhaguen.⁵⁷⁴ D'aquesta manera, es demostra que Catalunya es posiciona a nivell internacional com un referent en el turisme i com a destinació de càmpings.



⁵⁷¹ Los 37 mejores campings de Europa. (2 de març de 1988). La Vanguardia, (38.150), 30.
⁵⁷² Martos, J. A. (9 de novembre de 1992). Las casas móviles surgen como la nueva moda dentro del sector del caravaning. La Vanguardia, (39.849), 31.
⁵⁷³ Martos, J. A. (9 de novembre de 1992). Las casas móviles surgen como la nueva moda dentro del sector del caravaning. La Vanguardia, (39.849), 31.
⁵⁷⁴ Platja d'aro assisteix a la Fira Vakantiebeurs. (gener de 1996). Carrilet, El: la revista de la Vall d'Aro, (70), 16.

Fotografia:
1. XVI Saló Internacional del caravàning (1992) en la Fira de Barcelona de Montjuïc. Pres de l'article "Les cases mòbils sorgeixen com la nova moda dins del sector del caravàning".⁵⁷³
2. Fira turística a Holanda (1996). Foto atorgada pel Càmping Inter Palamós.

De l'auge del caravàning també es van desprendre esdeveniments i congressos. En el 1996, es va dur a terme la "18a edició del Saló Internacional del Caravàning" a la Fira de Barcelona-Montjuïc, que va incloure un concurs de fotografia amb el tema "Càmping i Caravàning". Així mateix, es va celebrar la "I Acampada Nacional de Catalunya de Caravàning"⁵⁷⁵ gràcies al Càmping Delfín Verde a Torroella de Montgrí i amb el patrocini de la Federació Catalana de Càmping i Caravàning. Per primera vegada, socis de tots els clubs de Catalunya es van reunir, amb un total de 150 caravanes participants. Durant l'esdeveniment, es van dur a terme activitats culturals com visites guiades a Pals, audicions de sardanes, revetlla, fogata nocturna, observació d'estrelles, dinar de germanor, actuació dels bastoners de Centelles i una mostra de fotografies del Club Caravàning la Garrotxa.⁵⁷⁶

El final dels anys 90 va registrar diversos premis i reconeixements per als càmpings de la regió, així mateix 1996 va ser un any que va demostrar que el càmping de Catalunya es posiciona a nivell internacional. En aquest any, el Càmping Las Dunas és premiat pel DCC- Europa Press 97" per la seva línia ecològica i respecte al medi ambient. Aquest guardó l'atorga anualment el Càmping Club Alemanya (DCC).⁵⁷⁷

A l'any següent, en el marc del Dia Mundial del Turisme, es va realitzar una distinció pública per a la Companyia Catalana de Càmping, S.A. (Conca de Ter), atorgada per la Junta Directiva de Skat Club de Barcelona.⁵⁷⁸ En aquest context, en el marc de desenvolupament de la gran nit del turisme l'any

⁵⁷⁵ El Salón del Caravaning convoca un concurs de fotografía coincidiendo con la 18ª edición. (13 de juny de 1996). Ancora, semanario de la Costa Brava, (2476), 11.
⁵⁷⁶ I Acampada nacional de Cataluña de Caravaning. (18 de juliol de 1996). La Comarca d'Olot, (864), 26.
⁵⁷⁷ Falcón, I. (15 de juliol de 1997). El sector de campings enregistra un incremento de ingresos de l'onze per cent. Hora Nova, periódico independiente de l'Empordà, (1.018), 15.
⁵⁷⁸ Premi de turismo. (11 de noviembre de 1997). Camp Rodó, (5), 38.
⁵⁷⁹ Quadrado, S. (20 de diciembre de 1997). La gran noche del turismo. La Vanguardia. Vivir en Barcelona, 7.
⁵⁸⁰ Diploma Turístico para diez establecimientos. (11 de diciembre de 1999). La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 5.
⁵⁸¹ El camping Park Playa Bará, el mejor de Europa. (6 de agosto de 1999). La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 4.

1997 se li va atorgar la medalla d'honor; una de les més altes distincions de la nit, a Josep Maria Rossell, president de la Federació Espanyola d'Empresaris del Càmping. Aquests fets van reflectir que la gestió dels càmpings de Catalunya situava al sector al capdavant d'Europa.⁵⁷⁹

L'any 1999, la Generalitat va reconèixer la destacada tasca de deu establiments turístics a les comarques de Tarragona amb el diploma Turístic de Catalunya. Entre els guardonats, es troben el Adyal Apartaments a Salou, el Càmping Cambrils Park a Cambrils, i el Càmping Gavina a Creixell. També van ser premiats al Festival de Veus d'Altafulla, l'Hotel Astari i l'Hotel Mònaco a Salou, així com el Port de Torredembarra. A més, es va distingir a la residència-casa de pagès Sènia de Don Pedro a Horta de Sant Joan, el restaurant Ca Pilis a Calafell, i el restaurant La Grava a El Morell.⁵⁸⁰

En el mateix any, el Càmping Park Platja Berà de Roda de Berà va ser guardonat amb el prestigiós Premi al Millor Càmping d'Europa atorgat pel Deutscher Càmping Club de Múnic. El reconeixement va ser rebut amb orgull per part de l'Ajuntament, que va felicitar a Josep Martorell, propietari de l'establiment, destacant que aquest assoliment proporciona un reconeixement internacional al municipi.⁵⁸¹

L'any 2000, el Càmping Cambrils Park va ser honrat amb el prestigiós premi europeu CC-Europea Preis pel Càmping Club d'Alemanya, considerat el "Nobel dels càmpings europeus". Aquest reconeixement, rebut a Munic durant la fira internacional de turisme, va destacar al Cambrils Park

entre els quatre millors càmpings d'Europa, juntament amb establiments a Àustria, França i Alemanya. La família Blasi, propietària del càmping, va ser acompanyada pel president de la Diputació, Josep Mariné, en aquesta cerimònia de gran importància per al sector turístic.⁵⁸²

Javier Blasi, gerent del Cambrils Park, també va celebrar aquest assoliment personalment amb una trajectòria de 25 anys en la indústria. Va destacar que la clau de l'èxit radica a atreure i fidelitzar els clients amb serveis únics, com un mini club per a nens de tres a deu anys, un hopclub per a adolescents, activitats d'animació i espectacles variats, incloent-hi nits temàtiques i presentacions culturals en l'escenari de la piscina.⁵⁸³

En el mateix any, Lloret de Mar es va convertir en l'epicentre de la cultura motorista amb esdeveniments com la reunió europea de motos Harley Davidson, que va atreure més persones de les esperades, amb al voltant de 7.500 assistents i 4.500 motos provinents de tot el món. El Càmping Santa Elena es va transformar en un espectacle del món de les dues rodes, amb activitats emocionants per als amants de les icòniques Harley Davidson, incloent-hi un concert i una desfilada a Lloret de Mar.⁵⁸⁴

El 2002, el Saló del Caravàning va atreure 40.000 persones i va consolidar el lideratge de Catalunya com la principal destinació de turisme de caravanes a Espanya. Encara que els espanyols no utilitzaven tant les caravanes com els francesos o nord-americans, Espanya, especialment Catalunya, va

exercir un paper central en l'acolliment d'aquesta mena de turisme, amb una oferta de càmpings que va créixer un 50% en els últims 25 anys. Segons Francesc Caballé, president de l'Associació de Càmpings de la província de Barcelona, Catalunya liderava aquest tipus de turisme a Espanya amb el 60% dels establiments amb un total de 350 càmpings. Els francesos i holandesos estaven al capdavant entre els visitants estrangers, mentre que els catalans lideraven el turisme nacional amb el 89% de les pernoctacions dins de la seva regió.⁵⁸⁵

Al 2003, el càmping Aquarius de Sant Pere és premiat com el millor d'Europa.⁵⁸⁶ Així mateix, se li atorga una distinció ambiental al Càmping Salatà de Roses. En aquest mateix any, el Saló del Caravàning a Barcelona va presentar les últimes novetats en caravanes, autocaravanes, bungalous, cases prefabricades i accessoris per al càmping. Aquesta edició va atreure més de 43.000 visitants, amb un augment del 28% en espai i un 20% més d'expositors comparat amb l'any anterior. Les autocaravanes van ser les estrelles del saló, reflectint un mercat en creixement i un alt potencial d'expansió, provocant que el parc d'autocaravanes espanyol es tripliqués en els pròxims quatre anys. A més d'exhibir productes, el Saló va oferir una varietat d'opcions per les vacances en càmpings, destinacions turístiques, activitats d'aventura com rafting, barranquisme o caiac, brindant una àmplia gamma d'oportunitats per gaudir de la natura i les activitats a l'aire lliure.⁵⁸⁷

180

582 Sans, S. (13 de març de 2000). Javier Blasi: Gerente del camping Cambrils Park, recientemente galardonado en Europa. La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 2.
583 Sans, S. (13 de març de 2000). Javier Blasi: Gerente del camping Cambrils Park, recientemente galardonado en Europa. La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 2.
584 Montaña, A. (2 de juny 2000). Lloret de Mar se convierte en la capital de la Harley Davidson. La Vanguardia. Vivir en Girona, 4.
585 Miranda, I. (20 de novembre de 2002). Los “yates de tierra” triunfan en el Salón del Caravaning. La Vanguardia. Vivir en Barcelona, 6.
586 El càmping Aquarius de Sant Pere és premiat com el millor d'Europa. (23 de gener de 2003). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.295), 24.

Fotografia: Saló Caravana i Càmping (2003). Pres de l'article “Arrenca el Saló del caravàning, que espera superar les 43.000 visites”.⁵⁸⁸

587 i 588 Arranca el Salón del Caravaning, que espera superar las 43.000 visitas, (27 de setembre de 2003). La Vanguardia. Vivir en Barcelona, 6.
589 Les fires de Milà i Munic acullen l'oferta turística de la Costa Brava. (25 de febrer de 2003). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.300), 23.
590 Un comitè de crisi seguirà l'impacte en el sector turístic de Catalunya. (1 d'abril de 2003). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.305), 13.
591 Peitavi, R. (8 de juliol de 2003). La recessió afecta el turisme. Les reserves hoteleres estan entre un 15% i un 20% per sota de les de la temporada passada en aquestes dates. Les previsions són més optimistes a l'interior i a les cases de turisme rural que als grans hotels de la costa. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.319), 3(3-4).
592 Perxés, V. (1 d'abril de 2003). Roses neteja el càmping Badia per iniciar el canvi d'imatge de darrere la Ciutadella. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.315), 17.
593 Perxés, V. (1 d'abril de 2003). La recessió afecta el turisme. Les reserves hoteleres estan entre un 15% i un 20% per sota de les de la temporada passada en aquestes dates. Les previsions són més optimistes a l'interior i a les cases de turisme rural que als grans hotels de la costa. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.315), 3(3-4).
594 Batet, I. (21 d'abril de 2003). Las vacaciones de los Lees y de los Marqueta. Perfil de dos familias, una británica y otra aragonesa, que pasan las vacaciones de Semana Santa en la Costa Daurada. La Vanguardia. Vivir en Tarragona, 5.

181



L'any 2003, el Patronat de Turisme Costa Brava-Girona va participar en les fires internacionals de turisme BIT, destacant la presència i promoció de la regió en aquest important esdeveniment del sector.⁵⁸⁹ En aquest mateix any, els càmpings de l'Empordà es van presentar amb èxit en la fira Reise Càmping a Essen, Alemanya, una de les principals cites del sector a Europa. El turisme de Catalunya va estar representat per 16 càmpings de tota la regió, incloent-hi quatre de l'Alt Empordà. En aquest context, es va exhibir una exposició fotogràfica dedicada a Dalí, destacant els atractius culturals de la zona.⁵⁹⁰

Així mateix, la demanda de turisme rural i de càmping segueixen en augment, posicionant-se com a factors essencials en el turisme de la comarca.⁵⁹¹ En aquest context,

el càmping Badia a Roses va iniciar un procés de renovació darrere de la Ciutadella, projectant la creació de zones verdes, un bulevard, nous habitatges i un complex hotel·er.⁵⁹² A més, es va observar un augment en la demanda de turisme nacional i local en destinacions com Salou, amb visitants procedents del País Basc, Madrid i València,⁵⁹³ compensant una disminució en el turisme estranger, especialment el d'Alemanya. Aquests canvis en el mercat turístic català del 2003 van reflectir tendències cap a una major diversificació d'oferta i una major presència de turisme nacional i de proximitat.⁵⁹⁴

L'any 2002, el Saló del caravàning va atreure 40.000 persones i va consolidar el lideratge de Catalunya com el principal destinació de turisme de caravanes a Espanya.

Alguns esdeveniments culturals es van dur a terme en aquesta data, com ara, la celebració de Sant Jordi en el Càmping Lava de Santa Pau⁵⁹⁵ i el Concert de Txus Blues & Jose Bluefinger en Càmping Joncamar.⁵⁹⁶

Al 2003, la millor frase que ressona en el càmping és “Al mal temps, bona cara”. De fet, això és el que va fer precisament Ramon Pujol, propietari del càmping Bellver, situat a la Cerdanya. Tenir el seu negoci al poble més fred de Catalunya no li impedeix mantenir obertes tot l'any les portes del càmping. Ramon Pujol assegura que molts dels seus clients han après a gaudir del paisatge que deixa la neu i el gel.⁵⁹⁷ Mentrestant, el càmping va continuar atraient clients que gaudien de l'entorn hivernal i paisatges nevats pròxims a zones habitades.

Lluís Bonany Ruscalleda, recordat com un actiu campista del càmping Mas Patxet a Santa Pau (la Garrotxa), va ser homenatjat després de la seva defunció. En Lluís va deixar una marca indeleble en la comunitat pel fet de construir una segona casa d'oci en el càmping i col·laborar en esdeveniments comunitaris, com el Pessebre Vivent i la Nit Remensa. Els seus companys campistes el van votar com a president de la Colla Campistes del Mas Patxet pel seu esperit col·laborador i les seves habilitats en diverses activitats. En un emotiu gest, les seves cendres van ser dipositades en el cim de Santa Maria de Finestres, envoltades d'una gran Senyera i en presència d'amics i familiars, els quals el van recordar amb afecte i admiració.⁵⁹⁸

Durant l'estiu del 2003, malgrat les temperatures extremes, es va observar un augment significatiu en l'activitat turística en diversos llocs, incloent-hi el Càmping La Natura, que va experimentar un increment en l'afluència de visitants. En la mateixa línia, l'obertura del càmping de Montblanc va ser rebuda com una excel·lent notícia per a l'economia local, en atendre la demanda de turisme.

A Siurana, malgrat comptar amb pocs habitants estables, el 2003, s'havia convertit en una destinació popular per als amants dels esports de muntanya. El poble oferia serveis turístics com a restaurants, bars i un càmping, atraient esportistes que gaudeixen d'activitats com el senderisme, escalada i ciclisme de muntanya. La creixent popularitat de Siurana va portar un augment en l'afluència d'esportistes, fins i tot, competint en campionats estatals.⁵⁹⁹

Per tal de prolongar la temporada turística a Girona, el sector del càmping es va unir el 2003 per atreure visitants del Regne Unit i Alemanya durant la temporada baixa, aprofitant els vols regulars a Londres i Frankfurt. Es van implementar campanyes de màrqueting dirigides a aquests mercats, oferint paquets d'allotjament en bungalous.⁶⁰⁰ Paral·lelament, el Patronat de Turisme Terres de Lleida va projectar una temporada turística reeixida, amb pronòstics de visites, pernoctacions i activitats turístiques que beneficiarien a hotels, càmpings i establiments rurals a la regió.

Com a part de la promoció i institucionalització del turisme a la comarca, es va desenvolupar el Pla d'Excel·lència Turística,

182

595 El Càmping Lava celebrà la diada de Sant Jordi. (30 d'abril de 2003). *La Comarca d'Olot*, (1.197), 40.

596 Comencen els concerts del Blues a Roses. (1-7 de juliol de 2003). *Hora Nova*, periòdic independent de l'Empordà, (1.318), 60.

597 Ricou, J. (26 de gener de 2003). *Un invierno de hielo en el Pirineo. La Vanguardia*. Vivir en Tarragona, 8(8-9).

598 Corominas, J. (setembre de 2003). In memoriam. Lluís Bonany Ruscalleda (1948 - 2003). *La Farga: Revista de Salt*, (203), 9.

599 Campings, albergues y deportes de aventura. (2 d'abril de 2003). *La Vanguardia*. Vivir en Tarragona,3.

600 Rodríguez, J. (12 de febrer de 2003). Los campings quieren traer turistas extranjeros todo el año con Ryanair. El sector promocionará en Gran Bretaña y Alemania los vuelos de tarifa reducida que la aerolínea irlandesa opera desde Girona. *La Vanguardia*. Vivir en Girona, 5.

601 Montaña, A. (27 d'agost de 2003). Lloret pone color y letras a los indicadores turísticos. *La Vanguardia*. Vivir en Verano, 6.

602 55.000 personas en el XXVI Salón Caravaning. (26 d'octubre de 2006). *La Vanguardia*. Vivir ,4.

603 Els usuaris de l'ADAC han premiat el càmping Aquarius de Sant Pere. (13 de febrer de 2007). *Es tracta de l'Automòbil Club Alemany, una entitat molt prestigiosa al país.* *Hora Nova*, periòdic independent de l'Empordà, (1.593), 26.

604 Salón Internacional de Caravaning de Barcelona. (28 de setembre de 2008). *La Vanguardia*. Motor, 7.

183

a partir del qual es va destinar un pressupost de més de 72.000 euros per millorar la senyalització turística a Lloret. Aquesta iniciativa va incloure la instal·lació de nous rètols i panells en quaranta senyals per informar sobre la ubicació d'uns 300 establiments turístics.⁶⁰¹

El Saló Internacional del Turisme a Catalunya (SITC) va obrir les portes l'any 2004 a la Fira de Barcelona, i va experimentar un notable increment del 30% en la participació internacional, amb l'assistència de 67 països, entre els quals es va destacar la inclusió per primera vegada dels Estats Units, així com tots els països de l'Amèrica Central, Bulgària, Perú, Argentina, Austràlia i Veneçuela. En la seva tretzena edició, el SITC va ser un punt de trobada crucial per a la indústria turística, especialment per al sector català, que representava el 25,5% de tots els viatges a l'estranger realitzats per espanyols.

Amb l'expectativa de rebre més de 200.000 visitants, l'esdeveniment va oferir una àmplia gamma d'informació sobre viatges, allotjament, agències de viatges, transport, càmping, gastronomia, turisme cultural i més, consolidant-se com un aparador complet de serveis turístics. A l'any 2006, unes 55.000 persones van visitar el XXVI Saló Internacional del Caravàning. Es va comptar amb la participació de 130 expositors de tots els segments del càmping i del caravàning i amb un augment de la superfície del 10% respecte a l'any anterior, aconseguint els 33.000 metres quadrats. En la mostra, es van poder veure més de 330 autocaravanes, 242 caravanes, 60 cases prefabricades, bungalous, remolcs i altres articles de càmping.⁶⁰²

Un any després, els reconeixements per als càmpings de Catalunya continuaven sent notables. En el 2007, el Càmping Aquarius de Sant Pere Pescador va rebre el premi especial ADAC Càmping Preis 2007 de la prestigiosa Guia de Càmpings de la ADAC, l'Automòbil Club d'Alemanya. Durant l'any següent, la Guia de Càmpings ADAC va atorgar al Càmping Laguna de Castelló d'Empúries la seva màxima distinció, el ADAC Super Platz 2008, que premia a aquells càmpings que compleixen amb els requisits de qualitat en diversos aspectes de la seva oferta.⁶⁰³

L'any 2008, amb la seva 28a edició el Saló Internacional del Caravàning de Barcelona va exhibir les últimes novetats del sector en una edició especialment participativa, incloent-hi noves activitats dirigides al públic familiar. Aquest certamen va comptar amb la participació de 150 expositors i va ocupar més de 31.000 m² en els pavellons 2 i 3 del recinte firal de Gran Via de Fira de Barcelona. El Saló del Caravàning es va consolidar com la màxima convocatòria del sud d'Europa en el seu camp, sent una cita imprescindible per als aficionats a aquesta mena de turisme. Els visitants van poder conèixer les últimes tendències i dissenys en autocaravanes, caravanes, campers, bungalous, accessoris i, amb una assistència de 58.000 visitants com l'edició anterior.⁶⁰⁴

Els últims anys de la dècada es van veure marcats per una gran quantitat de reconeixements als càmpings situats dins del territori català. D'entre aquests, el 2009, les instal·lacions del càmping Ca Coromines, situat a la Garrotxa, dissenyat per Maià de Montcal, va obtenir un reconeixement a “Els Premis d'Arquitectura de les comarques de Girona”, establerts el 1997, els quals reconeixen i promouen la qualitat arquitectònica a la regió. Aquests premis ressalten la contribució de l'arquitectura al patrimoni cultural i turístic de la regió.⁶⁰⁵

En aquest mateix any, el Càmping Laguna de Castelló d'Empúries va rebre el premi “ADAC SuperPlatz 2009” de mans de Siegfried Heinze, representant dels Serveis Turístics Heinze Latzke. Aquest guardó és el màxim reconeixement de la guia de càmpings ADAC, situant al Laguna com un dels 75 millors càmpings de tota Europa.⁶⁰⁶ De la mateixa manera, el càmping i parc de bungalows Stel, de Roda de Barà, va obtenir el premi Top Càmping 2009, atorgat pels usuaris de la cadena Càmping Xec, que agrupa 588 establiments de 27 països. Aquest reconeixement resumeix la valoració dels clients en termes de servei, neteja, integració paisatgística i la varietat dels equipaments.⁶⁰⁷

Al 2009, la Costa Brava lidera el turisme de càmping a Catalunya, representant el 45% de les places disponibles segons dades de l'Associació de Càmpings de la Província de Girona. Aquests càmpings rebien el 36% de la demanda total a Catalunya, amb 930.000 viatgers i 49% de les pernoctacions, aproximadament 6.824.000.⁶⁰⁸ En aquest mateix any, es ressalta que els càmpings de la Costa Brava disposen

d'instal·lacions modernes i d'alt nivell, que els converteixen en alguns dels millors d'Europa; això es reflecteix en les principals guies europees de càmpings, com ADAC, ANWB, DCC, ACSI i The Caravan Club.⁶⁰⁹

El top 10 de càmpings en la Costa Brava segons el periodista Agustí Valls, especialista en càmping són Aquarius, L'Àmfora i La Ballena Alegre (Sant Pere Pescador) Cala Gogó (Calonge) Cala Llevadó (Tossa de Mar) Cypsela Resort (Pals) El Delfin Verde (Torroella) Les Medes (L'Estartit) Sant Pol (Sant Feliu de Guíxols) Valldaro (Platja d'Aro).⁶¹⁰

Durant aquest mateix any, el conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, visita el càmping Bassegoda Park d'Albanyà, i rectifica la seva gran qualitat en els serveis i instal·lacions. Aquest càmping forma part del Parc d'Espais d'Interès Natural de l'Alta Garrotxa i ha estat seleccionat com un dels millors càmpings europeus per la prestigiosa guia holandesa Càmping Life.⁶¹¹

L'any 2009, la Costa Brava lidera el turisme de càmping a Catahunya, representant el 45% de les places disponibles segons dades de l'Associació de Càmpings de la Província de Girona.

184

605 Obres d'arquitectura premiades. (16 d'abril de 2009). La Comarca d'Olot, (1.490), 26.

606 El càmping Laguna recull el guardó de la Guia ADAC. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.819), 8.

607 Premi europeu per un camping de Roda. (1 de gener de 2009). La Vanguardia. Tarragona, 11.

608 Valls, A. (23 de juny de 2009). De camping a parcs de vacances a l'aire lliure. Especials La Vanguardia. Un futur per a la Costa Brava, (32-33).

609 Estartús, A. (26 de juny de 2009). Els càmpings gironins han sabut adaptar-se als temps amb rapidesa i eficiència. La Vanguardia. Girona, 3.

610 Estartús, A. (26 de juny de 2009). Els càmpings gironins han sabut adaptar-se als temps amb rapidesa i eficiència. La Vanguardia. Girona, 3.

611 Maspoch, B. (25 de maig de 2009). Impulsen una ruta turística de vins catalans que unirà l'Empordà i el Rosselló La iniciativa compta amb el suport d'entitats públiques i privades i busca promoure l'enoturisme. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.824), 15.

612 Las Dunas, l'únic espanyol premiat per Escandinàvia. (12 de febrer de 2010). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.897), 16.

613 El Càmping Salatà de Roses obté la 'Q' de qualitat turística. (3 d'agost de 2010). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (1.945), 12.

614 Roglan, J. (8 d'abril de 2011). Tenim sis dels millors càmpings d'Europa però hem de millorar. La Vanguardia. Girona 16.

615 Cala Llevadó, junto al mar y en plena naturaleza. (20 de maig de 2011). Els càmpings gironins han sabut adaptar-se als temps amb rapidesa i eficiència. La Vanguardia. Girona, 9.

616 El Maset i Es Bas compleixen 50 anys. (1 de gener de 2012). Pedris llarg, (101), 6.

617 El càmping Aquarius de Sant Pere, el més amable. (31 de gener de 2012). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.096), 22.

618 La Ballena Alegre, reconeguda. (16 de novembre de 2012). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.164), 20.

619 Lliurament d'acreditacions de la marca “Gestió sostenible Garrotxa i Collsacabra”. (28 de desembre de 2012). La Comarca d'Olot, (1.671), 9.

620 Montilla, R. (3 de novembre de 2011). El Caravaning busca compradores. El salón celebra su 30.º aniversario con promociones, descuentos especiales y actividades lúdicas para toda la familia. La Vanguardia. Vivir, 7.

185

El 2010, el Càmping Las Dunas de Sant Pere Pescador es va convertir en el primer establiment de l'Estat espanyol en rebre la distinció 2010 de la FDM, Clubs d'Automòbils i Touring escandinaus. El premi va ser lliurat durant la gala de la ADAC, el Club Automobilístic Alemany i va ser recollit pels propietaris del Càmping Las Dunas, Josep Suñé i Frederic Suñé, de mans de Randi Voldbakken, directiu d'FDM. Las Dunas forma part de l'associació de càmpings de Sant Pere Pescador, que, a més d'aquest establiment, també està integrada per Aquarius, La Ballena Alegre, La Gavina i Les Palmeres. En aquest moment, els càmpings esmentats es consideraven dins de les millors destinacions turístiques per a campistes.⁶¹² En aquest context, el Càmping Salatà de Roses obté la 'Q' de qualitat turística.⁶¹³

El 2011 va marcar un moment d'il·lusió per al turisme a Catalunya, després de l'obtenció de la Medalla del Turisme de Catalunya.⁶¹⁴ D'altra banda, el Càmping Cala Llevadó a Tossa de Mar és reconegut internacionalment pel seu enfocament en la gestió mediambiental i el respecte per la natura, també certificat amb EMAS i ISO 14001, a més del Distintiu de Qualitat Ambiental de la Generalitat.⁶¹⁵

El 2012, l'Ajuntament de Begur lliura una placa commemora-tiva als establiments Hostal És Bas i el Càmping El Maset en reconeixement als seus 50 anys d'activitat turística continua.⁶¹⁶ Aquest mateix any, el Càmping Aquarius de Sant Pere Pescador va ser guardonat amb el premi Welcome Award 2011 del club britànic-holandès Allan Rogers, un dels premis més importants a Europa que reconeix el servei més

amable en els càmpings. A més, distingeix el treball i esforç de l'equip del Càmping Aquarius, el qual ha destacat entre més de 2,500 establiments europeus. El propietari, Markus Rupp, expressa la seva satisfacció i agraïment. El càmping també ha estat reconegut per la qualitat del seu restaurant, sent destacat com un dels 10 millors restaurants de càmping del continent, aquest reconeixement és realitzat pel Club de Càmping i Caravàning de Gran Bretanya.⁶¹⁷

Tanmateix, el Càmping La Ballena Alegre a Sant Pere Pescador va rebre el reconeixement "Càmping Car" pels seus 10 anys de Emas en els Premis Emas Catalunya 2012. Aquest certificat avalua els aspectes ambientals, reflectint el compromís del càmping amb la millora ambiental i el compliment de la legislació en aquest àmbit.⁶¹⁸ D'altra banda, se'ls atorga l'acreditació al Càmping La Fageda de la marca “Gestió sostenible Garrotxa i Collsacabra”, és a dir, el diploma que se'ls atorgava a les empreses i entitats que havien publicat l'informe de sostenibilitat segons el Codi de Gestió Sostenible.⁶¹⁹ Per la seva banda, el Saló del Caravàning celebra el seu 30è aniversari amb promocions, descomptes especials i activitats lúdiques adaptades a tota la família.⁶²⁰

En el següent any, els càmpings de l'Alt Empordà, afiliats a l'Associació de Càmpings de Girona, van participar en la primera edició de Girocamping, una fira que busca promoure el sector del càmping en el sud d'Europa. Van destacar l'alt nivell de qualitat dels càmpings de la regió, sent Espanya l'únic país amb més places de càmping que d'hotels.⁶²¹ També es duu a terme la cinquena Trobada Europea Eriba a l'Alt Empordà, on es reuneixen les emblemàtiques caravanes holandeses. Aquest esdeveniment va tenir lloc en el Càmping Bassegoda Park i va comptar amb la presència d'unes cinquanta caravanes durant una setmana.⁶²²

L'any 2014 el Càmping Salatà de Roses rep el diploma de qualitat Q de Qualitat Turística, lliurat per Miguel Mirones, president del ICTE, durant Fitur. Com s'ha esmentat anteriorment, la marca Q certifica la qualitat de productes i serveis oferts pels establiments reconeguts, destacant el compromís per la qualitat d'institucions i empreses, i valorant l'esforç de totes les empreses turístiques que busquen diferenciar-se mitjançant la qualitat.⁶²³ En aquest mateix any, el Càmping Aquarius de Sant Pere Pescador va rebre l'únic premi del principal club de caravanistes alemany, Deutscher Càmping Club (DCC). Aquest reconeixement s'atorga a un sol càmping de cada país, basat en les valoracions dels clients.⁶²⁴ El propietari del Càmping Las Dunas a Sant Pere Pescador, Josep Suñé, també va ser guardonat amb el primer premi Jaume Genover i Roig per la seva trajectòria i la seva contribució al sector. Aquest darrer reconeixement va ser lliurat pel president de l'Associació de Càmpings de Girona, Miquel Gotanegra, durant la celebració de la fira Girocàmping.⁶²⁵

Mentrestant, els Càmpings Laguna, de Castelló d'Empúries, i Salatà, de Roses, han estat reconeguts per mantenir durant més de deu anys el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental (DGQA). Aquest reconeixement per part de la Generalitat destaca l'esforç realitzat per aquests establiments en el seu compromís ambiental.⁶²⁶

Ja el 2015, tres càmpings de "l'Alt Empordà" han estat premiats entre els millors d'Europa en la fira d'Utrecht (Holanda), una de les principals del sector. Dins d'aquest context, La Ballena Alegre, L'Àmfora i Las Dunas, tots situats a Sant Pere Pescador, van rebre el prestigiós premi Best Càmping 2015 atorgat pel club automobilístic holandès ANWB i el ADAC d'Alemanya. Aquest premi, considerat el més important d'Europa, reconeix als càmpings amb les millors instal·lacions, oferta complementària i serveis. Els càmpings gironins continuaran la seva promoció internacional en fires com la de Brussel·les, Essen, Girona i Busslo.⁶²⁷

Al 2015 el Delfín Verde, amb més de 50 anys d'història, ha estat reconegut com un dels càmpings ressort més prestigiosos d'Europa. Aquest està situat en la Costa Brava, a Torroella de Montgrí; així mateix, va ser guardonat amb la distinció "Best Càmping 2015" per les prestigioses associacions europees ANWB i ADAC. El càmping s'ha destacat per oferir la millor experiència possible als seus clients, procurant emocions úniques cada dia. Amb les seves 36 hectàrees, és el càmping més gran d'Espanya i un referent en el sud d'Europa.⁶²⁸

⁶²¹ Els càmpings de l'Alt Empordà, presents al primer Girocamping. (10 de març de 2013). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.185), 18.

⁶²² Trobada internacional de caravanes a Albanyà. (16 de juliol de 2013). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.203), 11.

⁶²³ Quatre entitats de la comarca reben el diploma de qualitat Q. (4 de febrer de 2014). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.232), 17.

⁶²⁴ Alemanya valora l'Aquarius com a millor càmping de l'Estat. (25 de febrer de 2014). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.235), 15.

⁶²⁵ Guardonat el propietari de Las Dunas. (11 de març de 2014). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.237), 12.

⁶²⁶ Reconeixen el compromís ambiental de dos càmpings de l'Alt Empordà. (23 de desembre de 2014). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.278), 23.

⁶²⁷ La Ballena Alegre, L'Àmfora i Las Dunas se situen entre els millors càmpings d'Europa. (20 de gener de 2015). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.282), 20.

⁶²⁸ A.V. (8 de maig de 2015). Tenemos el camping más grande de España. La Vanguardia. Monográfico especial, 2.

⁶²⁹ Els càmpings de la comarca es fan conèixer a més de 18.000 persones al Girocàmping. (10 de març de 2015). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.289), 12.

⁶³⁰ El Bassegoda Park celebra el seu desè aniversari. (28 de juliol de 2015). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.309), 22 631 Visa, G. (28 de juliol de 2015). L'observatori més gran de Girona va prenent forma. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.404), 13.

⁶³² Tarragona: Un destino único en el Mediterráneo. (8 de maig de 2015). La Vanguardia. Monográfico Especial, 7.

⁶³³ Giralte, E & Oller, S. (21 de juliol de 2015). Campings con clase. La Vanguardia. Vivir en Verano, 1.

⁶³⁴ Cataluña como destino líder. (21 de juliol de 2015). Campings con clase. La Vanguardia. Vivir en Verano, 2.

En l'esdeveniment Girocàmping celebrat l'any 2015, organitzat per l'Associació de Càmpings de Girona, els càmpings de la comarca van aconseguir arribar a més de 18.000 persones i van rebre la participació de 1.062 professionals. Aquest esdeveniment s'ha convertit en un saló de referència en el sud d'Europa, on es va impulsar una reeixida estratègia de promoció conjunta per donar a conèixer els càmpings de la zona⁶²⁹

El Càmping Bassegoda Park d'Albanyà va celebrar el seu desè aniversari amb un esdeveniment especial en presència del conseller de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, Santi Vila. Durant l'esdeveniment, es va lliurar una placa commemorativa que va destacar la gran transformació del càmping després d'un canvi de propietaris. Al 2009, aquest càmping va obtenir la qualificació de primera categoria, mostrant la seva evolució i millora significativa.⁶³⁰ Així mateix, va obtenir la distinció Starlight del programa MaB, recolzat per la Unesco. Aquest càmping comptarà amb el telescopi més gran de les comarques de Girona, i en el projecte estan involucrats experts com l'astrofotògraf Juan Carlos Casado.⁶³¹

Al'any 2015, Tarragona és una destinació única al Mediterrani, reconeguda per la qualitat dels seus càmpings: set d'ells (El Temple del Sol, La Torre del Sol, Platja Montroig, Sangulí, Tamarit Park, Stel i Park Platja Barà) han estat guardonats amb el premi "Best Càmping" pels clubs automobilistes d'Holanda (ANWB) i Alemanya (ADAC). Nou càmpings a Tarragona també han estat certificats com a Allotjaments de Turisme Familiar

per l'Agència Catalana de Turisme.⁶³² Enguany, la Costa Brava i la Costa Daurada tenen una de les millors proporcions de càmpings guardonats a nivell continental per quilòmetre quadrat de franja litoral. Els Best Càmpings 2015, premis que són referents per als campistes europeus, han reconegut set establiments a Girona i uns altres set a Tarragona, gairebé igualant el número de premiats en la resta d'Espanya.⁶³³

Els càmpings guardonats amb el premi Best Càmpings per al 2015 inclouen Les Medes (l'Estartit), Cypsela Resort (Pals), Mas Sant Josep (Santa Cristina d'Aro), La Ballena Alegre, L'Àmfora i Las Dunas (Sant Pere Pescador), El Delfín Verde (Torroella de Montgrí), Vilanova Park (Vilanova i la Geltrú), La Torre del Sol i Platja Montroig (Montroig del Camp), El Temple del Sol (l'Hospitalet de l'Infant), Tamarit Park Resort (Tarragona), Stel i Barà Park Platja (Roda de Barà), i Sangulí (Salou). Aquests premis són promoguts pel club automobilista holandès (ANWB) i alemany (ADAC), que compten amb 21 milions de socis, i reconeixen l'excel·lència en càmpings europeus.⁶³⁴

Dins d'aquest context, els reconeixements continuen a l'any 2016, ja que cinc càmpings locals es troben entre els millors d'Europa després de ser distingits a Stuttgart, Alemanya, amb el prestigiós premi Best Càmping 2016 atorgat per les associacions automobilístiques ADAC i ANWB d'Holanda. Els càmpings La Ballena Alegre, l'Àmfora, Las Dunas i Aquarius de Sant Pere Pescador, i Laguna de Castelló d'Empúries van ser reconeguts.⁶³⁵

Aquest mateix any el municipi de Sant Pere Pescador ha estat reconegut com a Destinació de Turisme Familiar, sent el més petit a Catalunya a rebre aquest segell,⁶³⁶ mentre que el Càmping Bassegoda Park, situat a Albanyà, s'ha convertit en el primer de la península a rebre la certificació internacional Starlight, destacant el seu compromís amb l'astroturisme, a més d'haver integrat l'ambient familiar amb activitats educatives centrades en el respecte pel medi ambient i la sostenibilitat.⁶³⁷

D'altra banda, el Girocamping estableix un nou rècord en superar els 20.000 visitants en la seva quarta edició, consolidant-se com un important aparador per al sector del càmping a Girona. Organitzat per l'Associació de Càmpings de Girona, l'esdeveniment va atreure una àmplia audiència, amb un augment notable en la presència d'empresaris francesos i un 20% de visitants no campistes.⁶³⁸

Al 2017, durant la fira "Reise Càmpings" a Alemanya, diversos càmpings de Catalunya realitzen la seva exhibició. Aquest esdeveniment va proporcionar una plataforma important

per promoure el turisme a la regió, destacant l'oferta de càmpings en la Costa Brava i els Pirineus de Girona davant un públic europeu.⁶³⁹ El càmping Les Palmeres de Sant Pere va ser notable en rebre el premi *DCC Europa-Preis, sent l'únic càmping espanyol guardonat.

En el mateix 2017, Albanyà està desenvolupant l'observatori astronòmic més gran de les comarques gironines, situat en el Càmping Bassegoda Park, amb la meta de convertir-se en el primer parc internacional de cels foscos d'Espanya, reconegut per l'ANADA (International Dark Sky Association). La construcció d'aquesta instal·lació ja ha començat i s'anticipa la seva inauguració oficial. Aquest assoliment significa una fita important per a Albanyà en obtenir el reconeixement de l'ANADA com a parc internacional de cels foscos.⁶⁴⁰

Cinc càmpings de la comarca de l'Alt Empordà han estat distingits per la Generalitat pel seu respecte al medi ambient i la seva excel·lència en aquest camp. Els reconeixements han estat atorgats al càmping Laguna de Castelló d'Empúries, Salatà de Roses, la Ballena Alegre, l'Àmfora i Les Palmeres de Sant Pere Pescador, aquesta distinció ressalta el seu compromís amb la sostenibilitat i la qualitat turística a la regió.⁶⁴¹

Per al 2018, el Càmping L'Àmfora, a Sant Pere Pescador, va ser reconegut com el millor càmping de platja per la prestigiosa guia britànica Alan Rogers, que engloba més de 2.500 càmpings europeus. El premi va ser lliurat durant la Fira Vakantiebeurs a Utrecht, on també es va destacar la

⁶³⁵ Cinc càmpings locals se situen a l'èlit europea. (19 de gener de 2016). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.334), 14.

⁶³⁶ Sant Pere, reconegut com a Destinació de Turisme Familiar. (31 de maig de 2016). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.353), 14.

⁶³⁷ Visa, G. (28 de juliol de 2015). L'observatori més gran de Girona va prenent forma. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.404), 20.

⁶³⁸ Els càmpings invertiran 300.000 euros per atraure clients escandinaus de cara al 2017. (16 de setembre de 2016). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.370), 7.

⁶³⁹ Els càmpings locals s'exhibeixen a Alemanya. (21 de febrer de 2017). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.391), 22.

⁶⁴⁰ Visa, G. (4 d'abril de 2017). Albanyà tindrà l'observatori astronòmic més gran de les comarques gironines. La zona aspira a convertir-se en el primer parc internacional de cel fosc de tot l'Estat amb el reconeixement de la IDA. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.397), 13.

⁶⁴¹ Martínez Puig, A. (6 de juny de 2017). 'Glamping' a Figueres?. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.406), 7.

⁶⁴² L'Àmfora, de Sant Pere, escollit el millor càmping de platja d'Europa. (18 de gener de 2018). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.438), 20.

⁶⁴³ La FOEG guardona la trajectòria de Las Dunas. (19 de juny de 2018). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.460), 24.

⁶⁴⁴ Àmfora i Aquarius, amb guardó europeu. (3 de gener de 2019). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.488), 18.

⁶⁴⁵ El Punta Milà obté el Distintiu de garantia de qualitat ambiental. (17 d'abril de 2018). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.451), 16.

⁶⁴⁶ L'aposta digital del Càmping Salatà de Roses, premiada. (21 de gener de 2020). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.543), 20.

qualitat d'altres càmpings de la zona com La Ballena Alegre, Las Dunas i Aquarius.⁶⁴² Aquest mateix any, es va celebrar el primer Congrès Girocamping Pro a l'Auditori-Palacio de Congressos de Girona com a part de l'edició 2018 del Sea Otter Europe Costa Brava-Girona Bike Xou, un gran festival ciclista internacional. L'esdeveniment va incloure conferències, debats, activitats de networking i tallers sobre el món del càmping, amb la presència de 24 empreses proveïdores i un espai gastronòmic. Així mateix, en aquest context, l'escola d'estiu de la FOEG (Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona) va reconèixer la trajectòria del Càmping Las Dunas de Sant Pere Pescador, aquest rep el guardó pel seu recorregut a nivell europeu i nacional.⁶⁴³

Caldria afegir que els càmpings Àmfora i Aquarius de Sant Pere Pescador van ser destacats durant el Primer Congrès Mundial de Càmpings realitzat a Lisboa pel seu excel·lent nivell de qualitat entre els millors d'Europa. Aquests premis són atorgats cada cinc anys per la Federació Internacional de Càmpings, Caravanes i Autocaravanes (FICC), sent l'única organització del món dedicada al càmping i representa els interessos dels campistes a nivell global.⁶⁴⁴

En temes mediambientals, durant el transcurs del 2018, el Departament de Territori i Sostenibilitat va atorgar el Distintiu de garantia de qualitat ambiental al Càmping Punta Milà, de l'Escala. Aquest reconeixement correspon al sistema català d'etiquetatge ecològic, que destacava els productes i serveis que compleixen amb requisits ambientals més enllà dels establerts per la normativa vigent, aquest càmping ha

estat reconegut per la gestió de residus, estalvi d'aigua i eficiència energètica.⁶⁴⁵ Continuant en el temps, nous motius de distinció i commemoració sorgeixen en el context del càmping. Un exemple d'això és l'ús de la tecnologia per millorar l'experiència dels clients. En aquest escenari, el 2020, el Càmping Salatà de Roses és premiat en la fase regional dels premis Hotels & Tourism de CaixaBank per la seva aposta per la transformació digital, destacant el seu procés de digitalització i la innovació tecnològica aplicada en el negoci, ressaltant el compromís del càmping amb la modernització i l'ús creatiu de la tecnologia.⁶⁴⁶

L'any 2017, cinc càmpings de la comarca de l'Alt Empordà van ser distingits per la Generalitat pel seu respecte al medi ambient i la seva excel·lència en aquest camp.

Aquest mateix any, el Càmping Bungalow Resort & Spa La Ballena Alegre a Sant Pere Pescador ha estat guardonat amb el prestigiós premi European Solar Prize en la categoria industrial pel seu projecte de bungalows eco-friendly que utilitzen energia solar.⁶⁴⁷ Per al següent any (2021), els càmpings Las Dunas, La Ballena Alegre, l'Àmfora i Aquarius, de Sant Pere, i Laguna, de Castelló d'Empúries són reconeguts dels més distingits amb els “TOP CÀMPING” organitzada per l'Associació ANWB, que engloba la comunitat de campistes més gran d'Europa.⁶⁴⁸ Aquests mateixos càmpings són homenatjats per Joan Ferrerós en una crònica anomenada “L'Alt Empordà”, en la qual dedica una secció a especialment als “Els millors càmpings”.⁶⁴⁹

Al 2021, el Càmping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador obté el premi EMAS Catalunya 2021 en la categoria de Millor Implantació Ambiental, pel projecte “Implantació de diverses energies renovables dels bungalows e Devesa”; aquest reconeixement se suma al guardó del European Solar Prize 2020, en el camp de les energies renovables.⁶⁵⁰ També es realitza el tercer Girocamping del Auditori-Palau de Congressos de Girona, un congrés professional dedicat al sector del turisme i el càmping.⁶⁵¹

El 2022 comença amb grans reconeixements per als càmpings a Catalunya, convertint-se en referents de sostenibilitat. Així doncs, els càmpings de l'Alt Empordà reafirmen el seu compromís amb la sostenibilitat sent premiats i finalistes per l'associació alemanya ADAC. La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador rep el premi a la sostenibilitat. Altres

reconeixements concedits per ANWB van ser el Tot Càmping a Aquarius, L'Àmfora, Las Dunas i La Ballena Alegre, de Sant Pere Pescador i Laguna de Castelló d'Empúries.⁶⁵² Miquel Gotanegra, president de la Federació Catalana de Càmpings destaca que en total, 25 càmpings catalans han rebut algun guardó, concentrant així el 10% dels premis atorgats en tota Europa.⁶⁵³

En aquest escenari, el càmping La Ballena Alegre és reconegut com el càmping més sostenible d'Europa del 2022 , en part per la seva funció i compromís amb els proveïdors de proximitat. En la campanya “Proveïdors Responsables”, expliquen la relació que mantenen amb proveïdors locals, sent un objectiu del càmping generar consciència entre els clients seguint el model europeu INSIDE que promou beneficis energètics, mediambientals, econòmics i socials de proximitat.^{654, 655}

Aquest mateix any, a Figueres se celebra la quarta edició del Girocamping PRO, un congrés clau per al turisme a les comarques gironines i el càmping a Catalunya.⁶⁵⁶

⁶⁴⁷ El càmping la Ballena Alegre guanya l'European Solar Prize. (8 de desembre de 2020). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.589), 39.

⁶⁴⁸ Els càmpings locals, distingits amb els prestigiosos “TopCamping”. (21 de gener de 2021). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.596), 20.

⁶⁴⁹ Ferreros, J. (1 de març de 2021). L'Alt Empordà. Revista de Girona, (325), 6.

⁶⁵⁰ El Càmping La Ballena Alegre, reconegut. (15 de juny de 2021). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.616), 18.

⁶⁵¹ El tercer Girocamping, aquest dijous. (28 de setembre de 2021). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.631), 17.

⁶⁵² Els càmpings locals, referents sostenibles. (18 de gener de 2022). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.647), 20.

⁶⁵³ Gutiérrez, M. (18 de gener de 2022). El camping renace. El sector se recupera de la crisis turística más rápido que el hotelero en Catalunya Prevé invertir 100 millones para atraer al viajero internacional. La Vanguardia, (50.420), 43.

⁶⁵⁴ La Ballena Alegre, de la mà amb els productors locals. (29 de març 2022). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.657), 18.

⁶⁵⁵ La Ballena Alegre recibe el premio Alimara a la sostenibilidad. (13 de maig de 2022). Camping Profesional.

⁶⁵⁶ Els càmpings gironins aposten per la sostenibilitat per fer front a la crisi energètica. (4 de novembre de 2022). Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà, (2.684), 24.

⁶⁵⁷ 1r Congrés de Càmpings de Catalunya. (12 d'abril de 2024). La Vanguardia. Monográfico Especial,6.

L'any 2024, la Federació Catalana de Càmpings organitza el primer Congrés de Càmpings de Catalunya els dies 25 i 26 d'abril a Vilanova i la Geltrú. Aquest esdeveniment històric va reunir representants del sector per abordar temes com la sostenibilitat, l'adaptació al canvi climàtic i la digitalització. L'objectiu és cohesionar els càmpings del territori, promoure la marca Càmpings de Catalunya i destacar la importància econòmica i turística del sector a la regió.⁶⁵⁷

Principals esdeveniments de reconeixements internacionals:

- El creixement del càmping a Espanya des dels anys 70 fins a principis del 2000 va evidenciar una significativa evolució tant en infraestructura com en esdeveniments relacionats.
- Durant els anys 70, el càmping es va consolidar com una opció popular de turisme, amb esdeveniments i congressos que van impulsar la millora de serveis i el reconeixement de nombrosos càmpings.
- En els salons dedicats a l'esport i al càmping, com el Saló Nàutic Internacional i de l'Esport, es van presentar innovacions i es va promoure la socialització entre proveïdors.
- La dècada dels 80 i 90 va ser testimoni d'un notable creixement del sector, amb l'organització de múltiples festivals, fires i ral·lis que van fomentar tant el caravàning com el càmping.
- Els càmpings catalans van rebre múltiples premis i reconeixements internacionals, aquests no només ressalten l'excel·lència de les instal·lacions i serveis

dels càmpings catalans, sinó també la seva capacitat d'innovació i el seu compromís amb la sostenibilitat i la qualitat.

- El llançament de publicacions especialitzades i l'organització d'activitats culturals en els càmpings també van contribuir a enriquir l'experiència dels campistes, promovent un turisme integral i sostenible.
- Els premis i esdeveniments han servit per a cohesionar el sector, promoure la marca Càmpings de Catalunya i subratllar la importància econòmica i turística del càmping a la regió.

Promoció de la destinació i del càmping a través de postals, guies, revistes i anuncis.

La promoció de la destinació i dels càmpings es va dur a terme de diverses formes, incloent-hi l'ús de postals, guies turístiques, revistes especialitzades i anuncis. Aquests mitjans van permetre destacar els atractius de la destinació i ressaltar les comoditats i serveis oferts pels càmpings, atraient així l'atenció de potencials visitants i promovent el turisme a la regió de manera efectiva i visualment atractiva. A continuació, es troben diversos formats, en els quals el càmping és el protagonista, des de publicitat en diaris fins a postals amb fotografies.



Fotografia:
Postal Vista aèria del càmping "Costa de Levante", on destaca la piscina (1975).⁶⁵⁸

658 Postal de Mataró. (1975). Postal Vista aèria del camping "Costa de Levante", destaca la piscina. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Nacional de Catalunya.

Fotografies:
1. Postal Vista aèria de la platja de "La Roca Grossa" i del càmping que porta el mateix nom a Calella (1975).⁶⁵⁹
2. Postal que inclou diversos espais del càmping "Bell Sol" de Pineda de Mar (1975).⁶⁶⁰

659 Postal de Calella. (1975). Vista aèria de la playa de "La Roca Grossa" y del càmping que porta el mateix nom a Calella. Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Nacional de Catalunya.
660 Diversos espais del càmping "Bell Sol" de Pineda de Mar. (1975). Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Nacional de Catalunya.

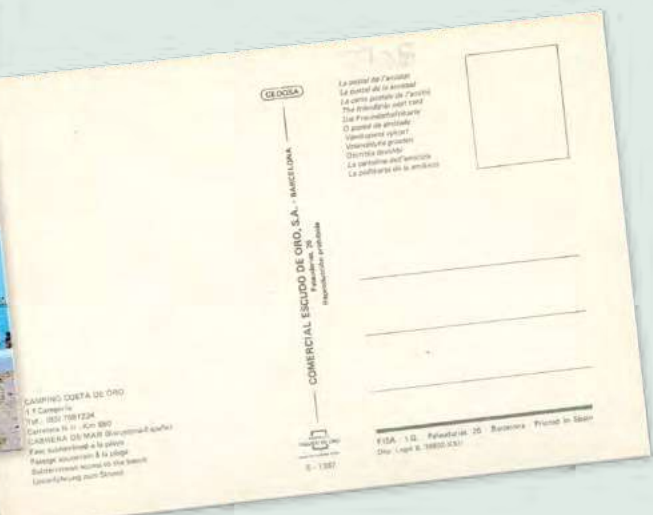




Fotografies:
1. Anunci publicitari de venda de Caravanes Caresa i remolcs per Comercial Agrosol (1976).⁶⁶¹
2. Anunci publicitari del Restaurant-Camping Les Tries per la celebració de La Festa de fi d'any (1976).⁶⁶²
3. Registre fotogràfic del Càmping de Llavorsí - zona de muntanya (1977).⁶⁶³
4. Postal Registre fotogràfic Càmping Solmar (1977).⁶⁶⁴

661 Anuncio publicitario de venta de Caravanas Caresa y remolques por Comercial Agrosol. (17 de novembre de 1976). Inauguración del camping Bahía de Rosas. Ampurdán: semanario comarcal de F.E.T. y de las J.O.N.S., Any XXIII(1.728), 10.
662 Anuncio publicitario de Restaurante-Camping Les Tries para celebración de La Fiesta fin de año. (17 de diciembre de 1976). Inauguración del camping Bahía de Rosas. Garrotxa La: El semanario de Olot y comarca, (1.924), 12.
663 Campaña, A. (1977). Càmping de Llavorsí. [Fotografia]. Arxiu Nacional de Catalunya.
664 Postal Càmping "Solmar". (1977). Col·lecció de postals i materials turístics del Maresme de Xavier Nubiola de Castellarnau. [Postal]. Arxiu Nacional de Catalunya.

Fotografia:
1. Postal de Canet de Mar, quatre imatges de diversos espais del càmping "El toro azul"(1977).⁶⁶⁵
2. Registre fotogràfic Càmping "Costa de Oro" (1979).⁶⁶⁶





Fotografies:
1. Fotocomposició de tres vistes del Càmping Maite: vista aèria de les instal·lacions del càmping i dues imatges en detall de la platja. Targeta postal en color no escrita i no circulada editada per Mallol, de Figueres (1982).⁶⁶⁷
2. Càmping Las Dunas (1983).
Nota: Fullet atorgat pel càmping.

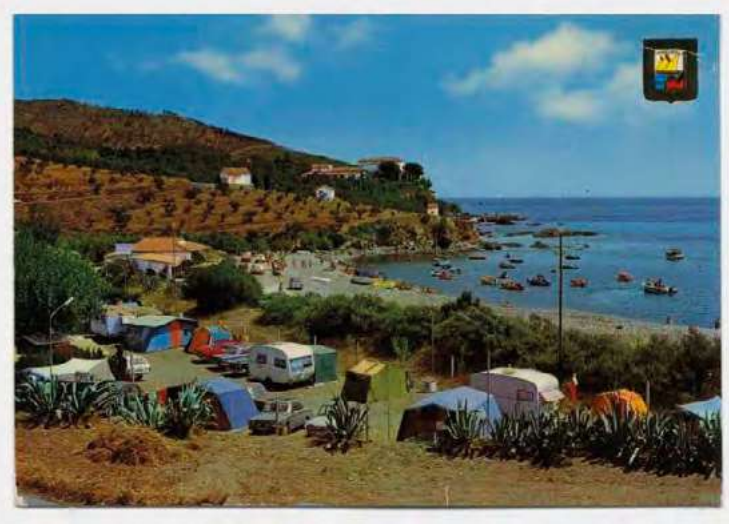
667 Fotògraf Mallol, del carrer Besalú, 13, de Figueres. (1982). L'ESCALA - "Camping Maite". Fotocomposició de tres vistes del Càmping Maite: vista aèria de les instal·lacions del càmping i dues imatges en detall de la platja. [Targeta postal en color no escrita i no circulada editada per Mallol, de Figueres]. Arxiu Nacional de Catalunya.

Fotografies:
1. Registre fotogràfic. Vista del Càmping Sant Miquel a la platja de Garbet (1985).⁶⁶⁸
2. Postal Registre fotogràfic Sant Pere Pescador - "Càmping La Gaviota" (1988).⁶⁶⁹
3. Registre fotogràfic Càmping Queixans (1990).⁶⁷⁰

668 COLERA - Vista del Càmping Sant Miquel a la platja de Garbet. (1985). En primer terme hi ha rulots i tendes de campanya instal·lades al recinte del càmping amb la platja al fons, on hi ha diverses embarcacions a motor a l'aigua. Col·lecció d'imatges de l'Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà. [Targeta postal en color editada per Comercial Escudo de Oro, de Barcelona, núm. 8118]. Arxiu Nacional de Catalunya.

669 Càmping La Gaviota. (1988). Fotocomposició de quatre imatges publicitàries del Càmping "La Gaviota": panoràmica aèria del càmping i la platja, vistes en detall de turistes entaulats al restaurant i a la terrassa. Col·lecció d'imatges de l'Arxiu Comarcal de l'Alt Empordà. [Targeta postal editada per Ed. Mallol i cedida pel Sr. Manuel Ortega Grasa, de Sant Pere Pescador]. Arxiu Nacional de Catalunya.

670 Càmping Queixans. (1990-2008). Vista de la piscina i la recepció del camping de Queixans. Col·lecció de postals de l'Arxiu Comarcal de la Cerdanya. [Postal]. Arxiu Nacional de Catalunya.





Fotografies:
1. Anunci publicitari per Naturisme familiar - Olot (1993)⁶⁷¹
2. Anunci publicitari **Camping Port de la Selva** pres de Especial TURISME '95 Monogràfic del Diari Hora Nova (1995) p.27⁶⁷²
3. Anunci publicitari **Camping Joncar Mar** tomado del Especial TURISME '95 Monogràfic del Diari Hora Nova (1995) p.38⁶⁷³

⁶⁷¹ Anunci publicitari para Naturisme Familiar-Olot. (10 de juny de 1996). La Comarca d'Olot, (711), 30.
⁶⁷² i ⁶⁷³ Anunci publicitari del **Camping Port de la Selva**, **Camping Joncar Mar** i **Camping Ampuries**. (25 de juny de 1995). Especial TURISME '95. Hora Nova, diari independent de l'Empordà. Especial Turisme 95', (919), 27, 38 y 40

Fotografia:
1. Anunci publicitari **Camping Ampuries** pres de Especial TURISME '95 Monogràfic del Diari Hora Nova (1995) p.40⁶⁷⁴



⁶⁷⁴ Anunci publicitari del **Camping Port de la Selva**, **Camping Joncar Mar** y **Camping Ampuries**. (25 de juny de 1995). Especial TURISME '95. Hora Nova, periòdic independent de l'Empordà. Especial Turisme 95', (919), 27, 38 y 40
⁶⁷⁵ **Martín, X & Martínez, A.** (2020). Arquitecturas del turismo informal. El habitar lúdico en la naturaleza. Ediciones asimétricas. ISBN 978-84-17905-39-2.

El recorregut realitzat fins aquí ha permès conèixer part de la història del càmping a Catalunya i els seus impactes a la regió, així com comprendre com es van establir les bases del turisme itinerant i la manera en la qual la seva infraestructura ha evolucionat a tal punt que els càmpings s'han convertit en ciutats temporals per als turistes.⁶⁷⁵ És a dir, les persones que voluntàriament pretenen compartir un temps i conviure en un mateix espai amb familiars i amics dins d'un ambient lúdic i comunitari.



Capítol

*El futur del
càmping a
Catalunya. Un
sector pioner en
sostenibilitat*

El futur del càmping a Catalunya.

Un sector pioner en sostenibilitat

Rellevància del càmping

El sector dels càmpings a Catalunya ha representat i representa una peça clau tant per a l'economia com per a la societat catalana. Amb una ubicació geogràfica privilegiada, que inclou des de la costa Mediterrània fins als Pirineus, Catalunya ofereix una gran varietat de paisatges naturals que atreu milers de turistes nacionals i internacionals cada any. Aquesta diversitat geogràfica ha fomentat el desenvolupament d'una àmplia oferta de càmpings, que van des d'instal·lacions de luxe amb serveis complets fins a espais més rústics integrats en la natura.

El perfil dels visitants dels càmpings a Catalunya és divers i atrau turistes tant nacionals com internacionals, famílies, parelles de diferents edats, etc. L'atractiu del càmping rau en la seva capacitat per oferir experiències turístiques úniques, sostenibles i de contacte amb la natura. Últimament, i especialment després de la pandèmia de la COVID-19, hi ha hagut un augment important de la demanda del sector del càmping.

Pel que fa al nombre de visitants, segons dades de l'any 2023, més de 4 milions de turistes van optar per allotjar-se en un càmping de Catalunya, el que va representar més de 10 milions de pernoctacions¹.

Segons dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), a partir de les enquestes d'ocupació en allotjaments turístics de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), hi ha hagut un increment del 5% més de turistes en càmpings en el 2023, respecte a l'any anterior. En relació a les pernoctacions, aquestes han incrementat un 4%². Aquest augment de la demanda reflecteix l'interès creixent per les experiències de càmping entre els turistes.

La importància dels càmpings per Catalunya és notable i es manifesta en diferents àmbits. Per una banda, contribueixen significativament en l'economia global catalana gràcies a l'ingrés generat per les estades turístiques, la contractació de personal i la compra de productes i serveis locals. D'altra banda, actuen com a motor de desenvolupament per a les zones rurals i costaneres, ja que es creen oportunitats laborals i s'ajuda a diversificar les economies locals.

El model d'allotjament turístic a Catalunya està constituït principalment per la dualitat d'oferta d'allotjament en hotels (51,6%) i càmpings (42,6%), i són molt més residuals les categories de turisme rural o apartaments turístics³.

1. **El sector del càmping a Catalunya.** Estudi d'impacte econòmic (2024). BIM Consultors
2. **Ocupació en allotjaments turístics.** (2024). Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat)
3. **Diari de Girona.** (2024). Els càmpings gironins inverteixen 5 milions d'euros en la millora de l'eficiència energètica i la gestió de l'aigua. (30 de maig 2024)

En referència a l'oferta de places de càmping, les principals regions són la Costa Brava (44,5%), la Costa Daurada (23%) i la Costa de Barcelona (12,5%)¹ , que corresponen a un 80% de les places totals de càmping a Catalunya. S'observa que totes elles són destinacions litorals, i això té una relació molt estreta amb el desenvolupament d'aquestes zones costaneres catalanes.

En contraposició, les zones de muntanya han continuat perdent població en els darrers anys, tot i que Catalunya, en general, ha començat a revertir aquesta tendència negativa des de l'any 2016. Aquest fenomen afecta negativament l'equilibri territorial i posa de manifest la necessitat de mesures per estimular l'activitat econòmica i retenir la població en aquestes àrees⁴. I és que l'activitat de càmpings en aquestes zones és una de les fórmules per impulsar econòmicament i socialment aquestes zones.

Els càmpings de Catalunya van generar una facturació de 538 milions d'euros durant l'any 2022. Aquesta activitat no només aporta ingressos directes, sinó que també té un impacte econòmic total d'uns 2.500 milions d'euros anuals a Catalunya^{5,6}. Aquest impacte econòmic es distribueix en un 81% del turisme internacional, 13% del turisme de Catalunya i el 6% del turisme de la resta de l'Estat espanyol ¹.

Així mateix, el sector dels càmping té una rellevància important en la creació de llocs de treball, proporciona oportunitats d'ocupació i contribueix al conjunt de la indústria turística. De fet, els càmpings de Catalunya aporten

4. **Pla director urbanístic de les activitats de càmping.** Estudi econòmic i financer. (2019). Generalitat de Catalunya.
5. **Los campings de Cataluña facturan 538 millones de euros al Any** (2024). Hosteltur.
6. **¿Cuál es el impacto económico del camping en Catalunya?** (2024). Camping Profesional.

13.529 llocs de treball i 11.164 llocs de treball federats⁷. Els llocs de treball que ofereixen els càmpings federats corresponen a un 80% del total de llocs de treball del sector del càmping a Catalunya.

Sens dubte, el sector dels càmpings contribueix de manera significativa a l'economia catalana i impulsa el creixement econòmic amb una visió centrada en la innovació i la sostenibilitat. Aquestes contribucions econòmiques generen sinergies amb altres sectors i promouen el desenvolupament de models de creixement sostenible i innovació a llarg termini. Un 85% dels càmpings catalans han implementat mesures de sostenibilitat, com ara la reducció de residus, l'ús eficient de l'aigua i l'energia, i la promoció de la biodiversitat local. També cal destacar que el 70% dels càmpings han invertit en noves tecnologies i millores en infraestructura en els darrers cinc anys per millorar l'experiència del client i adaptar-se a les noves tendències del mercat⁸.

A més a més, cal destacar la perspectiva social que ofereix el sector, ja que els càmpings són espais que fomenten el contacte amb la natura, la convivència i la pràctica d'activitats a l'aire lliure. Aquesta interacció amb l'entorn natural contribueix al benestar físic i mental dels usuaris. L'entorn tranquil i saludable dels càmpings permet als visitants gaudir de moments de relaxació, reduir l'estrès i millorar la seva salut general.

A més, els càmpings promouen un estil de vida més sostenible i conscient envers el medi ambient. En molts casos, en

aquests establiments s'adopten pràctiques ecològiques, com la gestió responsable dels recursos naturals, la reducció de residus i l'ús d'energies renovables. Això no només minimitza l'impacte ambiental, sinó que també educa i sensibilitza els visitants sobre la importància de la sostenibilitat i es fomenten actituds i comportaments més respectuosos amb el medi ambient.

Els càmpings també serveixen com a punt de trobada per a famílies, amics i comunitats diverses i enforteixen el teixit social oferint experiències que transcendeixen les simples vacances. Aquests espais permeten la interacció i la convivència entre persones de diferents orígens i cultures i afavoreixen el desenvolupament d'una comunitat més cohesionada. Les activitats col·lectives, com ara excursions, tallers, jocs i altres esdeveniments, faciliten la socialització i la construcció de relacions interpersonals. Aquestes experiències poden ser especialment enriquidores per als nens i joves, ja que aprenen valors com el treball en equip, la responsabilitat i el respecte per la natura.

Finalment, els càmpings poden actuar com a catalitzadors del turisme local, promovent la descoberta de la cultura, la gastronomia i les tradicions de les regions on s'ubiquen. Això contribueix a la valorització i preservació del patrimoni cultural i natural local, alhora que ofereixen als visitants una experiència autèntica i enriquidora.

7. FCC en Xifres (2024) Federació Catalana de Càmpings.
8. Llibre blanc del sector de Càmping a Catalunya (2019)

Les tendències del sector del càmping segons els experts

Com a preàmbul d'aquesta secció sobre els propers 30 anys del sector dels càmpings a Catalunya, s'exposen les principals tendències identificades a través de les entrevistes realitzades a professionals i persones expertes del sector. En aquests punts clau identificats, hi ha tant reptes com oportunitats que ja tenen o que tindran un paper important en un futur pròxim. És evident que el sector dels càmpings té un paper fonamental a Catalunya. Aquest sector, abans considerat un nínxol, ara s'ha convertit en un actor principal dins l'economia i la societat catalana, ja que hi contribueix significativament. Ha arribat un moment on el sector del càmping no té l'objectiu de sobreviure en un món altament competitiu, sinó que a més està prosperant i està experimentant una transformació sense precedents.

1. Evolució del sector del càmping

Els càmpings a Catalunya han experimentat una transformació significativa en les darreres dècades. Inicialment, eren opcions d'allotjament senzilles, destinades principalment a turistes que buscaven una alternativa econòmica i de contacte amb la natura. Amb el temps, aquests espais han evolucionat cap a establiments més sofisticats que ofereixen una àmplia gamma de serveis i activitats. Els càmpings moderns poden incloure des de piscines, parcs aquàtics, instal·lacions esportives, programes d'animació, fins a serveis de benestar com spas i centres de ioga.

Aquest canvi ha estat impulsat per la demanda creixent de turistes que busquen experiències més completes i personalitzades. Els clients ja no es conformen amb només un lloc per acampar, sinó que volen una experiència rica i variada que combini confort, activitats i connexió amb la natura.

En aquest sentit, el càmping del futur apostarà per dues clares opcions: la millora de les instal·lacions mitjançant la inversió en infraestructures per millorar la comoditat dels hostes, com ara sanitaris moderns, zones de barbacoa, àrees de pícnic, llars d'infants, i zones d'aigües; i la diversificació de l'allotjament, mitjançant l'oferta de bungalows, cabanes, tendes de glamping, i altres formes d'allotjament alternatiu, a més de les tradicionals parcel·les per a tendes i autocaravanes.

2. Evolució de la demanda

A llarg dels anys, el sector del càmping s'ha adaptat per satisfer diferents perfils de demanda. Si bé el càmping continua essent un espai eminentment familiar, amb una clientela fidel i d'estades relativament llargues, en comparació amb altres tipus d'allotjament com els establiments hotelers, es troba davant de multitud de reptes pels canvis socials que s'estan produint. D'una banda, hi ha una població cada vegada més envellida, però que encara té un bon estat de salut per viatjar i descobrir món. Això fa que s'obri la possibilitat de tenir un volum molt important de clients senior amb diferents comportaments i necessitats. Alguns d'ells, com a exemple, viatjaran amb els néts, tal i com s'està veient en els darrers anys, i això farà que les seves motivacions i necessitats

siguin completament diferents. D'altra banda, però, també es destaca el repte de poder donar resposta al client jove, que espera experiències singular, i que serà el client de futur. En definitiva, el futur dels càmpings passa per un canvi en la demanda d'experiències a mesura que evolucionen les preferències i expectatives dels campistes. A continuació, s'exposen alguns dels punts clau d'aquesta demanda futura arrel del que els experts han comentat a les entrevistes.

Necessitats diverses i especialitzades

La futura demanda de càmpings es veurà segmentada en funció de diferents elements sociodemogràfics i de comportament. Per poder entendre aquests grups, serà primordial explorar i comprendre'n les seves necessitats i preferències específiques. Per això, s'ha d'entendre que aquesta especialització o personalització és individual, ja que cada client té les seves pròpies necessitats més enllà del grup al qual pugui pertànyer per les característiques que hi comparteixi. Per exemple, si bé les famílies, en general, requereixen d'espais segurs amb activitats per a nens, zones de joc i serveis familiars com animació infantil, clubs per a nens i activitats educatives, també hi ha qui desitja un turisme més actiu amb opcions relacionades com senderisme, ciclisme i esports aquàtics. D'altra banda, trobem també el client que demana un producte de luxe o amb un nivell elevat de confort en el càmping. Aquest client ha trobat en el glamping una nova manera de gaudir de totes les avantatges del càmping com a experiència turística en unitats d'allotjament còmodes i amb tota mena de luxes. Els professionals del

càmping preveuen que poc a poc s'anirà ampliant aquesta modalitat d'allotjament en els càmpings, afegint serveis que garanteixin el confort dels seus clients.

Buscant experiències autèntiques

Els futurs campistes buscaran cada cop més experiències autèntiques que els permetin connectar amb la natura i la cultura local. Hi haurà un interès creixent per les activitats que ofereixen relaxació, aventura i immersió cultural. Els campistes del futur seleccionaran experiències que van més enllà de trobar un lloc on allotjar-se. Buscaran activament oportunitats per explorar i descobrir coses noves, participar en activitats d'aventura i participar activament en la cultura local. Això pot incloure la participació en caminades guiades per la natura, tallers culturals o experiències culinàries que mostren les tradicions i els sabors locals.

Consciència de sostenibilitat

Els campistes són cada cop més conscients mediambientalment i busquen activament càmpings que adoptin pràctiques sostenibles i així ho comuniquin. Els preocupa l'impacte ambiental de les seves estades. Els campistes estaran més inclinats a triar càmpings que contribueixin activament a la conservació dels recursos naturals i minimitzin la seva petjada ambiental.

Accessibilitat i inclusió

Amb l'envelliment de la població europea, els càmpings han de fer passos significatius per garantir que les

instal·lacions siguin accessibles per a tothom. Això inclou l'accessibilitat en termes generals, però també la inclusió social i la diversitat. L'accessibilitat i la inclusió són àrees d'importància creixent que els clients tindran més en compte per seleccionar un determinat càmping.

3. Evolució de l'oferta

Per tal de donar resposta a aquests canvis en la demanda, es preveu que l'oferta del futur també experimenti importants transformacions a mesura que s'adapti a aquestes necessitats i expectatives canviants. A través de les entrevistes, s'identifiquen les següents característiques clau de la futura oferta.

Innovació, qualitat i comoditat

A mesura que els càmpings son cada cop més popular, els campistes també busquen instal·lacions més luxoses i ben equipades. La comoditat i la qualitat s'han convertit en part de les expectatives de la majoria dels campistes, amb una demanda de serveis d'alta qualitat que millorin l'experiència d'acampada. És probable que els càmpings del futur incorporin tecnologies i serveis innovadors per satisfer aquestes expectatives i, per tant, per traduir-ho a una oferta de més qualitat. Això pot incloure la integració de dispositius intel·ligents, com ara sistemes de control de clima automatitzats i opcions avançades d'entreteniment. A més, els campistes podrien arribar a esperar serveis que fins ara no són propis del sector com els serveis de neteja diaris per a les unitats d'allotjament o la disponibilitat de serveis de restauració que ofereixen opcions de mitja pensió i pensió completa.

Sostenibilitat i Infraestructura

A mesura que les preocupacions mediambientals continuen creixent, tal com s'ha vist a les tendències de la demanda, la futura oferta dels càmpings haurà de prioritzar la sostenibilitat i incorporar pràctiques ecològiques. Això pot implicar el desenvolupament d'infraestructures sostenibles i la integració d'iniciatives respectuoses amb la natura ens aquests establiments. Això pot incloure des de la gestió eficient de l'aigua i l'energia com de la digitalització dels serveis per als clients. En resposta a aquestes demandes, per exemple, els futurs càmpings comptaran amb bungalows ecològics construïts amb materials sostenibles i equipats amb fonts d'energia renovables. També, els sistemes de gestió de residus seran més eficients, centrant-se en el reciclatge i la reducció de l'impacte ambiental, i la digitalització dels serveis millorarà l'experiència general, tot proporcionant als campistes opcions còmodes i respectuoses amb el medi ambient.

Diversificació i especialització

Així mateix, per donar resposta a unes necessitats cada vegada més específiques de la demanda, els càmpings estan oberts a explorar nous models de negoci. Les famílies, la gent gran i els nòmades digitals, per exemple, tindran requisits i expectatives diferents. Per atendre aquestes necessitats tan diverses, els càmpings del futur hauran d'oferir un ventall de serveis i equipaments adaptats a cada segment. Els càmpings aptes per a famílies oferiran serveis com ara parcs infantils i activitats organitzades

per als nens, mentre que els càmpings que atenen nòmades digitals oferiran xarxes Wifi fiables i espais de coworking en entorns naturals, que atreguin professionals que busquen combinar treball i oci. Aquest tipus de demanda es va fer especialment evident durant la pandèmia, i pot atraure nous segments de mercat i contribuir a la desestacionalització.

Tal com s'ha especificat en l'apartat de demanda, els càmpings hauran de considerar millorar el disseny universal, basat en l'accessibilitat i la inclusió, pels seus clients. Això es tradueix en oferir activitats que puguin ser gaudides per persones de totes les edats i condicions físiques. Això inclou activitats adaptades per a nens, gent gran i persones amb discapacitats, així com programes que fomentin la inclusió social i cultural.

En definitiva, el càmping del futur s'haurà de centrar a comprendre i abordar aquestes necessitats especialitzades, d'aquesta manera els càmpings podran atraure i retenir una gamma més àmplia de campistes.

Integració amb la cultura i la natura locals

El futur de l'acampada probablement veurà més èmfasi en la integració dels càmpings amb la cultura i la natura locals. Els càmpings tindran com a objectiu oferir activitats i experiències que permetin als campistes explorar i gaudir de l'entorn i la comunitat dels voltants. Per aconseguir aquesta integració, els futurs càmpings podran oferir visites guiades o activitats que posin èmfasi

en la cultura, la història i els atractius naturals locals. Els campistes podran tenir l'oportunitat de participar en tallers, interactuar amb artesans locals o aprendre sobre pràctiques tradicionals.

A més, els càmpings ho poden aprofitar per prioritzar la preservació i la protecció de l'entorn natural, tot animant els campistes a participar en activitats ecològiques com ara senderisme, observació de la vida salvatge o pesca sostenible.

En definitiva, els càmpings s'estan movent cap a una oferta que va més enllà dels límits del recinte i, per tant, busquen integrar-se amb l'entorn i oferir experiències turístiques riques tant dins com fora del càmping que contribueixin a una experiència més completa i satisfactòria.

Per tal de poder crear aquestes activitats, es necessitarà de la col·laboració amb institucions i empreses d'activitats locals per oferir excursions, visites guiades i altres experiències culturals o de natura. Això, per exemple, inclou acords amb guies locals per organitzar visites a monuments històrics, mercats locals i rutes de tast de vins. En aquests últims aspectes, es detecta com a clau la promoció de productes locals i l'organització de rutes gastronòmiques. Alguns càmpings ja organitzen tallers de cuina tradicional i rutes per visitar productors locals de formatges, vins i altres productes i això creixerà per donar resposta a la demanda futura. També, se'n poden destacar els programes de salut i benestar vinculats amb activitats

com el ioga, la meditació, els tractaments termals, etc. Això pot incloure des de la construcció de zones de benestar dins del càmping i l'oferta de tractaments de spa que utilitzin productes locals i naturals fins a la col·laboració amb centres i empreses ja establerts dins del territori.

En conjunt, les característiques de la futura oferta de càmping reflecteixen les expectatives i preferències canviants dels campistes. Com s'ha vist, volen donar resposta a una demanda creixent d'una experiència d'acampada més còmoda, sostenible, personalitzada i autèntica que els permeti connectar amb la natura, submergir-se en la cultura local i contribuir al benestar de individual i de la comunitat. Seguint aquestes línies, el futur del càmping té un gran potencial per a experiències emocionants i enriquidores.

4. Reptes legislatius

El sector del càmping a Catalunya afronta diversos reptes legislatius i de gestió del territori que poden influir significativament en el seu desenvolupament futur. La complexitat de la normativa vigent, la protecció de l'entorn natural i la necessitat de coordinació amb les administracions locals i regionals són elements crucials que condicionen el creixement i la sostenibilitat d'aquests establiments.

Les lleis i regulacions que afecten els càmpings necessiten actualitzacions contínues per adaptar-se a les noves realitats del sector, com les noves modalitats d'allotjament turístic dins dels càmpings. S'observa un cert desencís envers a una normativa actual poc adaptada a les necessitats del càmping

d'avui dia i del càmping del futur, enfront la normativa d'altres territoris que han legislat mirant cap a les tendències del mercat. Es fa essencial, doncs, una coordinació entre administracions per facilitar la relació entre els càmpings i els diversos àmbits de l'administració, ja que això es percep com un escull que dificulta una gestió eficient del temps i els recursos, així com un procés llarg i feixuc que, un cop acabat, ja necessita d'actualització.

5. Innovació i tecnologia

La digitalització és una força transformadora, però alhora una necessitat imperant, en el sector del càmping. L'ús de programari de gestió i plataformes de reserva online ha millorat l'eficiència operativa i l'experiència del client, i no es pot deixar de banda en el futur.

Es fa palès que encara hi ha recorregut per a una major integració tecnològica, ja sigui amb xarxes Wifi d'alta velocitat, implementació d'aplicacions mòbils, que inclouen aplicacions que faciliten la descoberta del territori, la reserva d'activitats i la interacció amb els serveis del càmping.

De totes maneres, el càmping és i serà testimoni directe de la integració de la tecnologia per satisfer les necessitats en evolució dels campistes. Algunes de les tendències futures clau que s'han identificat són:

Adopció de tecnologies verdes

Els càmpings del futur adoptaran cada cop més tecnologies verdes per minimitzar la seva petjada mediambiental. Això inclou l'ús de pràctiques sostenibles per a la producció d'energia, la gestió de l'aigua i la reducció de residus. Les tecnologies verdes al sector poden implicar la instal·lació de plaques solars per a la generació d'energia, la implementació de mesures d'estalvi d'aigua i l'adopció de sistemes de reciclatge i compostatge. En adoptar aquestes tecnologies, els càmpings poden reduir la seva dependència dels recursos no renovables i contribuir a la conservació del medi ambient.

Digitalització i gestió intel·ligent

El futur de viurà un increment en l'ús d'eines i plataformes digitals per reservar, gestionar i millorar l'experiència de l'acampada. La digitalització es convertirà en una pràctica estàndard a la indústria del càmping i permetrà cada vegada més als càmpings optimitzar l'ús dels recursos i millorar l'eficiència operativa. Les eines i plataformes digitals agilitzaran processos com ara reserves en línia, registres i pagaments, etc. Això farà que l'experiència del campista sigui més còmoda i eficient. Per exemple, els sistemes de gestió intel·ligents permetran als càmpings supervisar i controlar el consum de recursos, com l'energia i l'aigua, la qual cosa permetrà operacions més sostenibles. A més, les plataformes digitals podran oferir als campistes recomanacions personalitzades, informació sobre atraccions locals i mapes interactius per explorar la zona, millorant així la seva satisfacció i fidelització.

6. Sostenibilitat i canvi climàtic

La sostenibilitat és un pilar fonamental per al futur dels càmpings a Catalunya. Hi ha una necessitat imperant d'adoptar pràctiques sostenibles que inclouen la gestió eficient dels recursos naturals i l'adaptació a condicions meteorològiques adverses.

Així, s'ha pogut veure com els càmpings catalans des de fa anys s'han posat al capdavant de la sostenibilitat, adoptant mesures que redueixen l'impacte de la seva activitat. Per adaptar-se al canvi climàtic, doncs, els càmpings implementaran mesures diverses com ara sistemes de drenatge millorats per mitigar les inundacions, infraestructures resistents a la calor, introducció de plantes autòctones i pràctiques de paisatgisme que promouen la conservació de l'aigua. També ofereixen i seguiran oferint activitats o instal·lacions alternatives per adaptar-se als patrons meteorològics canviants. En abordar de manera proactiva els reptes del canvi climàtic, els càmpings podran oferir una experiència de càmping més resistent i agradable als seus hostes.

En definitiva, els càmpings hauran d'adaptar-se als reptes que planteja el canvi climàtic per garantir un entorn còmode i segur per als campistes. Això inclou abordar les condicions meteorològiques extremes i canviar els patrons estacionals. Algunes de les accions que s'han portat a terme en aquests àmbits i que continuaran avançant en un futur no molt llunyà són:

Energies renovables

Instal·lació de plaques solars o altres fonts d'energia neta. Alguns càmpings ja fa temps que estan implementant sistemes de calefacció i refrigeració geotèrmica per reduir l'impacte ambiental, mentre que la instal·lació de plaques solars s'ha accentuat els últims anys. Degut als canvis en la mobilitat i l'augment de vehicles elèctrics, també es preveu la necessitat d'instal·lar punts de càrrega que aniran associats a una major necessitat de producció d'electricitat.

Gestió de residus

Alguns dels càmpings catalans són pioners en aquest àmbit i van formar part dels primers plans d'implementació del sistema de gestió de residus a nivell de Catalunya. Avui en dia, de forma generalitzada, els càmpings promouen programes de reciclatge i compostatge i la reducció i eliminació de plàstics d'un sol ús. Donada la seva connexió amb el medi natural, són un entorn que propicia l'educació i conscienciació mediambiental que es podrà aprofitar en un futur.

Gestió de l'aigua

En aquest àmbit s'hi inclouen sistemes de recollida d'aigua de pluja, mesures per a la reducció del consum d'aigua. Alguns càmpings ja estan instal·lant sistemes de reg eficients i utilitzant plantes autòctones des de fa temps, ja que necessiten menys aigua. Es preveu que aquestes mesures vagin en augment degut als escenaris futurs derivats del canvi climàtic.

Les estratègies de desestacionalització poden portar al sector dels càmpings a contribuir al desenvolupament sostenible, amb beneficis ambientals, econòmics i socials a més llarg termini. És a dir, la desestacionalització de la demanda s'identifica com una estratègia clau per afrontar el canvi climàtic, atraient visitants fora de la temporada alta i reduint la pressió sobre els recursos locals. Això inclou la promoció d'activitats fora de temporada alta amb la promoció d'un turisme responsable. Tanmateix, alguns dels experts afirmen que això serà una demanda que sorgirà de forma natural, ja que l'augment de les temperatures farà que no sigui viable l'activitat a l'aire lliure durant les hores que el sol té més intensitat. En qualsevol cas, això requerirà de la creació de certs espais que actuïn com a refugi climàtic.

7. La formació dels professionals del càmping

La formació dels professionals qualificats es postula com un repte important pel càmping del futur. De forma recurrent, es remarca la importància de la vocació de servei, i el fet que el professional del càmping sigui una persona que és “feliç fent feliç al client”. Així mateix, es destaca una necessitat urgent de professionals amb habilitats en la gestió d'empreses turístiques, però també en tecnologia, etc. La formació específica en gestió de càmpings, incloent-hi la planificació estratègica, la gestió financera i la direcció d'equips, és essencial, doncs, per millorar la competitivitat del sector. Tal com ho és també la necessitat de dominar eines tecnològiques com el programari de gestió de reserves,

sistemes de màrqueting digital i plataformes de comunicació amb els clients. La manca de formació en aquestes àrees pot limitar l'eficiència operativa i la capacitat d'innovació en el sector.

Específicament, la formació dels professionals del futur del sector dels càmpings està marcada per línies o elements com els següents:

Competències multidisciplinàries

Els professionals del sector del càmping hauran de posseir una combinació d'habilitats tècniques, mediambientals i digitals. El sector valorarà molt les persones amb coneixements en gestió sostenible, màrqueting digital i atenció al client. Aquests professionals seran els encarregats de gestionar i fer funcionar els càmpings de manera sostenible. Hauran d'entendre les pràctiques ambientals, com ara la reducció de residus i la conservació de recursos, alhora que hauran d'utilitzar estratègies de màrqueting digital per atraure i implicar els campistes en la creació de les seves experiències.

Compromís amb el servei

Els professionals del sector del càmping hauran de seguir tenint una forta orientació al servei, reconeixent que la seva funció principal és fer feliços els hostes, com s'ha comentat anteriorment. Això requereix tenir qualitats com l'empatia, la flexibilitat i una autèntica passió per l'hospitalitat. Aquests professionals seran els encarregats de crear un ambient acollidor i agradable per als

campistes. Hauran d'anticipar-se i satisfer les necessitats dels clients, oferir ajuda i informació i garantir un alt nivell de satisfacció del client. Serà fonamental, per exemple, la capacitat de gestionar situacions diverses amb professionalitat i actitud positiva.

Degut a l'especificitat del client de càmping i l'elevat grau de fidelització que s'experimenta en el sector, la formació en atenció al client és, doncs, clau per assegurar que els clients tinguin una experiència positiva i satisfactòria. Això inclou habilitats interpersonals, idiomes, gestió de queixes i resolució de problemes.

Formació contínua i adaptabilitat

L'aprenentatge continu i l'adaptabilitat serà fonamental per als professionals del sector del càmping. La indústria valorarà les persones que siguin proactives en l'actualització de les seves habilitats i que s'adaptin a les noves tecnologies i pràctiques de sostenibilitat. A mesura que el sector del càmping evoluciona, els professionals hauran d'estar al dia de les últimes tendències, tecnologies i pràctiques sostenibles. Això pot implicar assistir a tallers, participar en programes de formació i obtenir certificacions en àrees rellevants. La capacitat d'adaptar-se a les demandes canviants i adoptar nous enfocaments garantirà que els professionals segueixin sent competitius i eficaços en les seves funcions.

Conclusió

En definitiva, el sector del càmping a Catalunya es troba en un moment de transformació i adaptació. La sostenibilitat, la tecnologia i l'orientació al client són elements clau per garantir el futur èxit i resiliència dels càmpings. Amb una oferta diversificada, experiències turístiques completes i un compromís amb la sostenibilitat, els càmpings catalans estan ben posicionats per afrontar els desafiaments futurs i aprofitar les oportunitats emergents en el mercat turístic. Els esforços conjunts en innovació, formació i col·laboració seran essencials per construir un sector del càmping que respongui a les necessitats i expectatives dels nous turistes, alhora que seguirà protegint i preservant responsablement l'entorn natural i cultural de Catalunya.

Les tendències del sector del càmping segons els experts

Dra. Maria Abellonet i Meya

Presidenta del CETT



Biografia i Trajectòria Professional

La Dra. Maria Abellonet i Meya és presidenta del CETT des de fa un any i mig, a més de ser la consellera delegada de la mateixa entitat, posició que ha mantingut durant els darrers 18 anys. Al llarg de la seva carrera, s’ha dedicat principalment a la gestió empresarial i ha participat a diverses conferències i esdeveniments sectorials. El 2014, va obtenir el seu doctorat amb la tesi titulada “La diplomatura universitària de Turisme: La implantació a les universitats catalanes (1997-2008)”, on analitzava la integració del turisme a l’àmbit universitari a partir del 1997 i la introducció dels graus en 2008. A més de la especialització en turisme, ha completat la seva formació en àmbits relacionats amb el món de l’empresa. A través dels anys, ha estat testimoni i part activa de l’evolució del sector turístic i, específicament, del càmping, des de posicions estratègiques que li han permès influir i contribuir al seu desenvolupament.

"El sector del càmping seguirà sent pioner en temes de sostenibilitat, adaptació i resiliència."

Anècdota:
La Dra. Maria Abellonet i Meya va començar la seva carrera professional en un càmping, específicament al càmping La Ballena Alegre a la Costa Brava. Una experiència significativa per a ella en la qual va coincidir amb Toni Castellar, qui treballava a la part d'administració mentre ella estava a recepció, exercint tots dos responsabilitats importants en el càmping. Aquesta experiència va marcar el seu primer contacte amb el sector turístic. A partir d'aquí, ha mantingut una forta connexió professional amb el sector a través del CETT.

Característiques de l’oferta futura del càmping

Abellonet sosté que el sector del càmping té per davant grans oportunitats a causa d’una creixent demanda de connexió amb la natura i la sostenibilitat. Actualment, els i les turistes busquen experiències que connectin les persones amb la natura i promoguin valors de sostenibilitat i respecte pel medi ambient. En aquest sentit, el càmping, per la seva pròpia naturalesa, està ben posicionat per satisfer aquesta demanda. En el futur, hi haurà una necessitat constant d’innovar i adaptar l’oferta per respondre als reptes del canvi climàtic i les noves expectatives dels turisme. Per aconseguir-ho, serà clau l’ús de tecnologies com la intel·ligència artificial, la qual ajudarà a millorar l’experiència del client i l’eficiència operativa.

D’una banda, els càmpings hauran de millorar les seves infraestructures i serveis, no només per adaptar-se als canvis climàtics, sinó també per oferir més comoditat i accessibilitat a turistes. En aquest sentit, cal idear mecanismes per assolir una gestió eficient de l’aigua o implementar energies renovables.

D’altra banda, la gestió té el repte de generar estratègies per desestacionalitzar l’oferta de càmping, estenent la temporada turística més enllà dels mesos tradicionals d’estiu. Això podria aconseguir-se atraient turistes internacionals i oferint serveis i activitats que no depenguin del clima, com ara experiències culturals i de benestar. A aquest respecte, la Abellonet assenyala que Catalunya ja està desenvolupant una oferta responsable i compromesa, amb la qual cosa el sector del càmping té l’oportunitat de liderar en temes de sostenibilitat, responsabilitat social, igualtat i inclusió.

Característiques de la demanda futura del càmping

El turisme, com altres sectors econòmics, està immers en un context de canvi estructural. La societat es mou cap a un major individualisme, una creixent adopció de tecnologies i una preocupació cada vegada més accentuada pel canvi climàtic, la qual cosa tindrà conseqüències significatives en el sector del càmping. Abellonet destaca que les persones buscaran experiències que els permetin connectar profundament amb l'entorn natural, però sense renunciar als valors de comoditat i respecte per l'entorn. A més, la mobilitat de campistes també està canviant, amb una creixent preferència per opcions més sostenibles i respectuoses amb el medi ambient.

Després de la pandèmia de la Covid-19, ja s'ha observat un augment en la demanda del sector del càmping en comparació amb altres sectors del turisme, amb la qual cosa comença a notar-se una tendència cap a la preferència per espais oberts i naturals. Aquest canvi en les preferències de la demanda està influït per un increment de la consciència ambiental i el desig de fugir de l'estrès de la vida urbana, buscant refugi en espais on es pugui gaudir de la pau i la tranquil·litat que ofereix la natura. Abellonet visualitza un futur en què el càmping seguirà sent un sector pioner en el camp turístic. Tanmateix, això implica que els càmpings hauran d'adaptar-se contínuament, anticipant-se a les necessitats dels clients i responent amb consistència i compromís als canvis socials de l'entorn.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Abellonet considera que la sostenibilitat és un valor fonamental que s'ha d'integrar profundament en l'oferta dels càmpings. La preocupació pel canvi climàtic exigeix adaptacions constants, com la gestió eficient de l'aigua o la implementació d'energies renovables.

“Jo penso que s’avança cap a una societat amb més individualisme i hipertecnològica que, juntament amb el canvi climàtic, genera moltes conseqüències en aquest sector. Les persones, en general, amb voluntat de compartir i gaudir del temps d’oci, buscaran un tipus d’establiments que ofereixin activitats que els connectin amb la natura i amb uns valors d’igualtat i de respecte.”

En aquest context, també és important considerar la desestacionalització de l'oferta turística, ja que els càmpings han de buscar maneres d'atraure visitants fora de la temporada alta. El canvi climàtic pot influir en els patrons de turisme a Catalunya, ja que, amb l'augment de les temperatures a les regions més càlides, les persones podrien trobar més atractiu viatjar a zones on el clima sigui més moderat i agradable. És per això que el repte de la desestacionalització no se centra únicament a moure els turistes a altres zones per raons climàtiques o de temporalitat, sinó perquè hi hagi una oferta diferencial que motivi la mobilitat de persones.

“Una persona que està en manteniment necessita unes competències tècniques i unes habilitats determinades, la persona que està a recepció en necessita unes altres. Però, sobretot, unes actituds i unes competències actitudinals basades en els valors fan la diferència entre les persones.”

Abellonet subratlla que el sector del càmping a Catalunya ja és un referent en sostenibilitat i té una gran oportunitat per liderar en aquest àmbit, adaptant-se a les demandes dels turistes que busquen experiències responsables i respectuoses amb el medi ambient. Per això, és important promoure la cooperació entre el sector públic, privat i acadèmic per desenvolupar estratègies i solucions innovadores que permetin al sector del càmping adaptar-se als canvis i reptes presents i futurs.

Pel que fa a la tecnologia i la digitalització, Abellonet reconeix la seva importància com a eines essencials per millorar la gestió, la comercialització i l'experiència del client. Tot i no considerar-se una experta en tecnologia, destaca que l'adopció de tecnologies avançades, com la intel·ligència artificial, serà rellevant per a l'adaptació i la competitivitat dels càmpings. La tecnologia ha d'estar al servei dels clients i de la gestió eficient, permetent una millor comunicació amb els clients i una oferta de serveis més atractiva i accessible.

Abellonet també menciona la necessitat d'equilibrar el cost-benefici en implementar noves tecnologies, assegurant que qualsevol inversió tingui un retorn positiu i significatiu. Tenint en compte, també, que les solucions tecnològiques sostenibles poden ajudar a minimitzar l'impacte ambiental de les activitats de càmping, alineant-se amb els valors de respecte pel medi ambient que caracteritzen els i les turistes del futur.

“Crec que el càmping està en una posició immillorable per enfortir una vinculació amb productes de proximitat i amb la cultura del territori, fet que els i les turistes agrairan.”

Perfil i demanda de professionals

L'evolució cap a un sector més sostenible, tecnològicament avançat i centrat en l'experiència del client implica també una transformació en el perfil i la demanda de professionals dins del sector del càmping. Les competències i actituds d'aquestes persones són necessàries per a l'èxit dels càmpings. Aquest sector requereix que els perfils professionals combinin competències tècniques específiques segons la posició de treball (manteniment, recepció, comercialització...) amb habilitats en gestió empresarial i ambiental, sostenibilitat, màrqueting digital i atenció al client. A més, és essencial comptar amb actituds i valors que marquin la diferència, com ara l'hospitalitat, la sostenibilitat i el respecte.

Abellonet emfatitza que la formació contínua i l'educació superior són imprescindibles perquè per adquirir les habilitats necessàries per a desenvolupar-se en aquest sector. Destaca, en aquest sentit, la importància de la col·laboració entre les empreses i les institucions educatives, com el CETT, per assegurar que la formació estigui alineada amb les necessitats reals del mercat. La capacitat d'aprendre i adaptar-se és, segons ella, l'única forma de mantenir-se en un entorn canviant.

Amés, menciona que atraure i fidelitzar el talent és crucial. Les empreses han d'invertir en la formació i el desenvolupament dels seus equips, creant entorns de treball atractius i oferint oportunitats de creixement. Abellonet també assenyala la importància d'adaptar les condicions laborals per afavorir la

conciliació i respondre a les necessitats del personal, fet que és valuós en un sector caracteritzat per la seva estacionalitat. Pel que fa a la demanda de professionals, Abellonet preveu que seguiran sent essencials aquelles funcions que assegurin una excel·lent atenció al client, ja que el càmping és un sector de serveis enfocat en les persones. També suggereix que les competències de lideratge i gestió d'equips també seran cada vegada més importants, especialment per a aquelles persones que es trobin en posicions de major responsabilitat.

Inma Ballestín

**Directora de l'oficina de promoció turística
pels mercats de Benelux de l'Agència
Catalana de Turisme**



Biografia i Trajectòria Professional

Inma Ballestín és la directora de l'oficina de promoció turística pels mercats del Benelux (Bèlgica, Països Baixos i Luxemburg) de l'Agència Catalana de Turisme des de 2010. El seu treball se centra en la promoció de Catalunya com a destinació turística en aquests països. Destaca especialment al mercat holandès per la gran popularitat del càmping entre els seus ciutadans. Abans d'assumir el seu rol actual, Ballestín no tenia experiència directa amb el món del càmping, però ràpidament va identificar la rellevància d'aquest segment per al seu mercat objectiu. Sota la seva direcció, a l'oficina treballen intensament en tres àmbits principals: les col·laboracions amb operadors turístics i altres comercialitzadors de viatges, la comunicació, i la intel·ligència de mercat per detectar tendències.

*“El futur del
càmping a
Catalunya: nés
enllà de l'estiu,
cap a la desesta-
cionalització”.*

En els darrers anys, l'Inma ha adaptat les estratègies promocionals cap al màrqueting digital, col·laborant amb blogs i plataformes especialitzades que tenen un gran seguiment en el mercat del Benelux. A més, ha treballat en estreta col·laboració amb organitzacions de referència per integrar l'experiència del càmping amb l'oferta cultural i natural de Catalunya, tot promocionant una imatge de destinació sostenible i atractiva durant tot l'any.

Anècdota:
Inma Ballestín explica una de les seves primeres experiències després d'incorporar-se com a directora de l'oficina i que té relació amb el sector del càmping. Poc després de començar en aquesta posició, va organitzar i participar en un viatge promocional enfocat en el càmping, on hi havia operadors turístics i periodistes. La peculiaritat d'aquest viatge va ser que els participants podien portar els seus fills, i ella mateixa va decidir portar el seu fill. Defineix l'experiència com una autèntica immersió en el món del càmping, i una experiència força intensa, al haver de combinar l'aspecte professional del viatge amb l'atenció als més petits de la casa, que es van fer amics i van gaudir dels càmpings intensament. Al cap i a la fi, després del viatge, va rebre comentaris molt positius dels participants i van coincidir a definir l'experiència com “fantàstica” i “molt intensa”. Va ser arribar, per tant, i veure l'essència dels càmpings.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Ballestín assegura que els càmpings tenen la responsabilitat d'adaptar la seva oferta a les noves demandes del mercat i a les tendències emergents. Pel que fa a la promoció del càmping, Ballestín observa una transició cap a campanyes de màrqueting majoritàriament digitals, col·laboracions amb organitzacions influents en el món del càmping, i una creixent orientació cap a l'experiència dels usuaris en la destinació catalana. L'oferta de càmpings a Catalunya s'ha adaptat per incloure no només el descans i la proximitat a la platja, sinó també activitats culturals, gastronòmiques i de natura que enriqueixen l'experiència del visitant. Un aspecte important és la promoció dels càmpings durant la temporada baixa, amb l'objectiu de desestacionalitzar el turisme i oferir activitats atractives més enllà dels mesos d'estiu.

Un dels principals reptes, precisament, és aquesta desestacionalització. Per aconseguir-ho, creu que és fonamental que els càmpings romanguin oberts fora de la temporada alta, oferint serveis i activitats suficients per atraure visitants durant tot l'any, especialment al maig i a l'octubre, quan hi ha vacances escolars en mercats clau com Països Baixos i Bèlgica.

D'altra banda, opina que els càmpings han de liderar el procés cap a un turisme més sostenible, no només en termes d'infraestructura, sinó també en la integració de pràctiques que minimitzin l'impacte ambiental. Tot i que idealment els consumidors individuals haurien de prioritzar opcions més sostenibles per a les seves vacances, la realitat és que molts no ho fan. Per tant, la responsabilitat d'oferir unes vacances el més sostenibles possible recau en els proveïdors, ja que han de facilitar aquestes eleccions perquè el turisme sostenible s'implementi a gran escala.

Característiques de la demanda futura del càmping

Ballestín destaca diverses característiques i tendències importants respecte a la demanda futura del càmping. Els turistes, especialment els holandesos, estan cada cop més interessats en experiències que els permetin estar a l'aire lliure i gaudir de la natura. Aquest interès ha crescut notablement després de la pandèmia de Covid-19, amb una clara preferència per evitar llocs massificats i optar per destinacions a la natura i menys concorregudes.

Pel que fa a la desestacionalització, des del punt de vista de la demanda, Ballestín assegura que, amb la normalització del teletreball i aprofitant els períodes de vacances escolars que hi ha durant l'any, cada vegada es fan més vacances fora de la clàssica temporada alta. Molts càmpings en regions com Catalunya obren únicament durant els mesos d'estiu, desaprofitant el potencial dels mesos de pre-temporada i post-temporada, quan el clima continua sent molt agradable. No obstant això, és conscient que això requereix que els càmpings ofereixin suficients activitats i serveis durant aquests períodes per atreure a les famílies i altres perfils de turistes.

La sostenibilitat és una preocupació creixent entre els turistes, tot i que Ballestín reconeix que no sempre és el factor decisiu en l'elecció de destinació. Els holandesos, en particular, han estat pioners en la defensa i implementació de pràctiques sostenibles en la seva activitat, i tenen una

“Canvi climàtic i turisme: com el càmping s’adapta a les noves realitats”.

consciència molt desenvolupada en relació a la sostenibilitat, però la responsabilitat d'oferir opcions turístiques sostenibles recau principalment en els proveïdors i operadors turístics, com ha comentat anteriorment. Un altre aspecte rellevant en aquest àmbit és l'experiència local que es pot generar a través de les visites als càmpings. Els visitants, especialment del mercat holandès, busquen cada vegada més experiències enriquidores i autèntiques que els permetin interactuar amb la comunitat local i conèixer la cultura i l'entorn natural de la destinació. Per tant, els càmpings haurien de integrar-se millor amb les comunitats locals, per exemple, oferint als turistes la possibilitat de participar en activitats locals.

“Vaig entendre que el segment càmping estaria damunt la taula i en els plans d'acció cada any. No només per la importància de l'oferta de càmping a Catalunya, sinó també perquè als Països Baixos aquest tipus de vacances desperta un interès indiscutible”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Ballestín considera que el canvi climàtic és una nova variable que pot influir en els patrons de viatge. Les condicions climàtiques extremes, com els incendis forestals i les onades de calor que s'han anat produint en els darrers anys en destinacions mediterrànies, podrien fer que els turistes prefereixin destinacions més fresques i menys propenses a aquests esdeveniments. A més a més, les polítiques europees de reducció d'emissions estan provocant un augment dels costos dels vols, fet que situa altres mitjans de transport, com el tren, com una bona alternativa per als viatges dins d'Europa, la qual cosa pot modificar les preferències dels turistes en el futur.

Pel que fa a la tecnologia i la digitalització, Ballestín emfatitza la necessitat que el sector del càmping avanci en l'ús d'eines digitals. La digitalització és necessària no només per a la promoció, sinó també per millorar l'experiència del client i la gestió operativa. Per tant, hi ha accions importants a tenir en compte com la publicació en blogs, xarxes socials i col·laboracions amb *influencers* per arribar a un públic més ampli i generar un major visibilitat en línia.

“Precisament l'altre dia estàvem en una conferència on hi havia els quatre operadors turístics més grans i el CEO de TUI Belgium i TUI Netherlands, en un moment donat, va fer la següent reflexió: ‘Escolta, que la responsabilitat perquè el turisme sigui més sostenible no és tan del consumidor, sinó nostra; és a dir, dels operadors turístics i dels proveïdors’.

“Inma Ballestín: innovació i sostenibilitat, claus per al futur del càmping a Catalunya”

Perfil i demanda de professionals

Ballestín considera que actualment es necessiten professionals del sector turístic que siguin versàtils i posseeixin habilitats que els permeti adaptar-se a les diverses demandes del mercat. Les beques i programes de formació estan oberts no només a estudiants de turisme, sinó també a aquells amb formació en comunicació, negocis i noves tecnologies. Aquest enfocament multidisciplinari és imprescindible, ja que el treball en la promoció turística abasta diversos àmbits, com la relació amb intermediaris (operadors turístics, agències de viatges), la comunicació i la investigació de mercats.

Les organitzacions i empreses turístiques actualment busquen professionals que no només entenguin el turisme en el seu sentit tradicional, sinó que també puguin gestionar eines digitals i d'anàlisi de dades. Això es deu al fet que la promoció i gestió del turisme actual depenen cada vegada més de plataformes digitals i estratègies de màrqueting en línia, on l'anàlisi detallada de la informació i el comportament del consumidor pot maximitzar l'eficiència i personalitzar l'experiència turística. Per tant, la formació en anàlisi de dades i estadística és necessària per interpretar els resultats d'estudis de mercat i ajustar les estratègies promocionals en conseqüència.

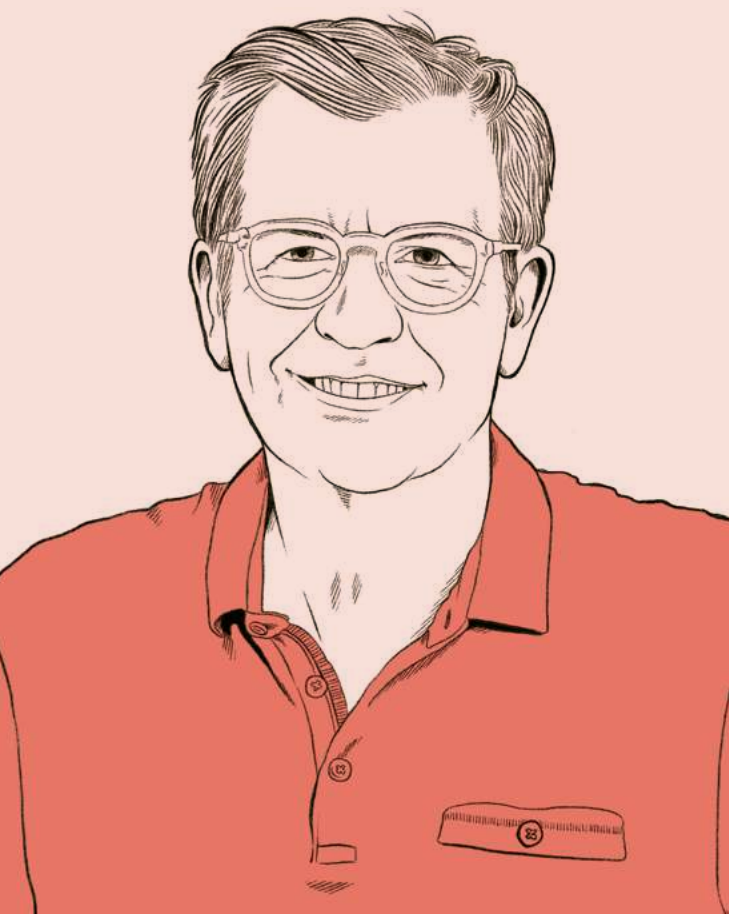
A més, considera que la sostenibilitat ha emergit com un tema crític, no només en termes de pràctiques ambientals sinó també en la integració de les comunitats locals amb l'oferta turística. Per tant, els professionals del sector

necessiten estar preparats per dissenyar i promoure experiències que respectin i posin en valor l'entorn natural i cultural, responent així a una demanda creixent per part de turistes conscients de l'impacte dels seus viatges. Tot i que els consumidors no sempre prenen decisions basades únicament en la sostenibilitat, hi ha una expectativa creixent que les empreses i destinacions turístiques ofereixin opcions més responsables i respectuoses amb el medi ambient. Per tant, la formació ha d'incloure aspectes de sostenibilitat per integrar-los efectivament en l'oferta turística.

“És poc realista pensar que el consumidor, a l'hora d'organitzar les seves vacances es posarà a buscar quina destinació, quin allotjament, o quines activitats són més sostenibles o minimitzen l'impacte negatiu sobre l'entorn o sobre la comunitat”.

Toni Castellar

Director del Càmping La Ballena Alegre
Membre de la Junta Directiva de l'Associació de Càmpings de Girona
Membre de la Federació de Càmpings de Catalunya
Vicepresident d'Empordà Turisme



Biografia i Trajectòria Professional

Castellar va començar a treballar al Càmping La Ballena Alegre 2 durant els estius entre l'any 1979 i 1981 mentre estudiava Econòmiques. Al finalitzar la darrera temporada, per diferents circumstàncies, es va quedar a treballar a la Ballena Alegre durant tot l'any, i va continuar any rere any i fins a l'actualitat. Inicialment, era un sector que no coneixia gaire, però poc a poc s'hi va anar endinsant. El càmping es va obrir l'any 1976, es deia La Ballena Alegre 2. La Ballena Alegre 1 ja estava obert anteriorment i havia estat un dels primers càmpings a Espanya. L'origen del nom responia a una moda que consistia en posar el nom d'un animal seguit d'un adjectiu, i alguns d'aquests segueixen encara vigents. La Ballena Alegre 2 va obrir amb unes instal·lacions que eren aproximadament la meitat del que són actualment. L'any 1979 es va fer una ampliació fins al que és actualment.

“Del càmping tradicional a l'innovador: l'evolució del sector a Catalunya”

Anècdota:
Toni Castellar va començar com a director a la Ballena Alegre l'any 1997. Un dia li van venir uns clients internacionals preguntant on podien tirar els envasos per tal de reciclar-los. Estaven molt acostumats a la separació de residus i altres actituds mediambientals, però a Espanya encara no es feia res al respecte. En aquell moment, des de la direcció del càmping van implementar un canvi de mentalitat i es van començar a posar en pràctica un seguit d'iniciatives en aquest sentit. Per exemple, van participar en la prova pilot amb la Generalitat de Catalunya en Sistemes de Gestió Ambiental, projecte en el qual van començar uns 25 càmpings i només en van acabar 4 o 5. Com a resultat de tot plegat, la Ballena Alegre va ser pioner en sostenibilitat i, entre d'altres, va esdevenir un dels primers càmpings a Europa que van aconseguir la certificació EMAS.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Castellar narra que, en un primer moment, els càmpings no estaven parcel·lats, sinó que eren tot un terreny on la gent hi anava a plantar la tenda amb cert desordre. A mesura que va anar evolucionant l'oferta, es va anar parcel·lant el terreny. Inicialment, les parcel·les eren força petites, d'uns 50m², ja que per les necessitats d'aquell moment eren suficients i els cotxes eren força petits. Amb el temps, les parcel·les han anat tendint a fer-se més grans i duplicar, o fins i tot triplicar, la dimensió inicial i s'hi han anat afegint comoditats, com punts d'aigua i electricitat individuals, per poder donar resposta a les necessitats de la demanda.

Castellar explica com l'estructura del mercat ha canviat a Catalunya. Si bé inicialment el sector del càmping era fonamentalment constituït per empreses familiars, en els darrers anys han començat a entrar fons d'inversió, sobretot francesos, que compren càmpings familiars i petits per poder-los gestionar. Castellar prediu que aquest fet pot fer canviar completament el sector perquè els objectius no són els mateixos, sinó que passen d'una visió molt més personalitzada i familiar a una visió molt més empresarial i enfocada en els resultats econòmics. Així mateix, exposa que hi ha certs perills, com per exemple, l'entrada de grans operadors turístics o altres intermediaris que no permetin el contacte directe entre el càmping i els clients que actualment sí hi ha a través de la venda directa.

Així mateix, puntualitza que és possible com que els grups inversors sovint volen estandarditzar la seva manera de gestionar els càmpings, això pot derivar en una sèrie de problemàtiques relacionades amb la falta de coneixement del territori, amb la dinàmica del sector càmping, etc. En aquest sentit, s'avançaria cap a una falta de personalització que faria perdre el tracte directe i familiar que ara mateix diferencia molts dels càmpings. A diferència dels grups inversors, els propietaris i gestors de càmpings tradicionals coneixen molt bé el client i el sector i, per aquest motiu, s'associen i aposten per una venda directa, que és el que més encaixa amb la seva manera de fer.

També, apunta que hi ha certes tendències a les quals s'ha de donar una resposta adequada. Les àrees d'autocaravanes, com a exemple, poden seguir coexistint amb els càmpings, però han de tenir unes garanties de regulació estricta, tal com tenen els càmpings. Tot i així, s'ha de tenir en compte que el perfil de les persones que van a les àrees d'autocaravana no és el mateix que el del client de càmping, de manera que no requereixen els mateixos serveis ni tampoc es podran equiparar aquestes regulacions.

“Potser sóc més sentimental, però crec que la manera sentimental de portar els càmpings és la més efectiva”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Castellar exposa que el client de càmping ha anat evolucionant amb el temps. Inicialment, els holandesos i alemanys que visitaven Catalunya ja tenien la tradició d'anar de càmpings, però pel públic local era una novetat. En aquell moment, el càmping es concebia com una opció barata, però aquesta idea ha anat canviant amb el temps. Actualment, la motivació principal d'anar de càmping està més relacionada amb el fet de tenir experiències que incloguin el contacte amb la natura i no tant per raons relacionades amb el preu.

Castellar comenta que el client de càmping es caracteritza per ser molt fidel i que no té res a veure amb els perfils de clients d'altres tipologies d'allotjament. Això interessa molt a nivell de gestió, ja que assegura un volum de clientela d'una temporada a l'altra. Així mateix, cal tenir present que no tots els clients de càmpings són iguals, sinó que hi ha certes diferències entre el client que està en una parcel·la i el client de bungalou, per exemple.

Castellar preveu la necessitat de començar a preparar el sector del càmping per les properes generacions, per poder donar resposta a les necessitats canviants d'aquesta nova demanda. Per exemple, proposa fer canvis en el sistema de reserves i el sistema de vendes amb una base tecnològica important. Així mateix, cal adaptar l'oferta i donar més rellevància a la part lúdica.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Castellar afirma que el canvi climàtic i la preservació del medi ambient són clau actualment i ho seguiran sent en el futur. Sobretot, això serà així en el cas dels càmpings situats prop de la natura i dels parcs naturals. Com que la gent té la motivació d'anar al càmping per estar en contacte amb la natura, això s'ha de preservar. És per aquest motiu que, en general, s'haurà de fer molta feina per tal d'estar al dia en l'estalvi d'electricitat i aigua, en dissenyar i gestionar bé les activitats que s'ofereixen, etc.

Castellar opina que, si el canvi climàtic segueix tenint els efectes que té actualment a nivell de temperatures, hi haurà un canvi en l'estacionalitat, de manera que els clients vindran més en mesos de temporada mitjana o baixa. En aquest nou escenari, els mesos d'estiu potser ja no seran els prioritaris per venir perquè les temperatures ja no ho permetran. En aquests moments, el que s'està experimentant és una extensió de les temporades. Així mateix, insisteix en el fet que si s'intenta minimitzar l'impacte ambiental, els clients ho poden arribar a percebre i, per tant, hi pot haver una conscienciació i satisfacció comuna.

A nivell tecnològic, Castellar explica que la intel·ligència artificial i les tecnologies seran clau per agilitzar i facilitar els processos operatius. Destaca especialment que la domòtica i la intel·ligència artificial poden evolucionar molt en aplicacions

concretes en el sector del càmping com, per exemple, en temes de input de consums, big data, etc. Això optimitzaria els processos i abaratiria els costos, entre d'altres possibles beneficis. Així mateix, considera que el concepte smart és clau en el futur del sector del càmping. Hi ha certs projectes que s'estan iniciant que tenen aquest objectiu, i això serà clau per tal de poder desenvolupar sistemes estàndards per gestionar els càmpings d'una manera més eficient.

“La nova era del càmping: innovació, sostenibilitat i creixement”

Perfil i demanda de professionals

Castellar comenta que hi ha tres tipus de professionals: els que treballen tot l'any, els treballadors de llarga durada (de Setmana Santa a octubre), i els treballadors els de 40 a 60 dies. Els que treballen tot l'any són més fàcils de localitzar i fidelitzar. Els de llarga durada també solen ser fàcils de trobar, ja que ho combinen amb altres feines els altres mesos de l'any com, per exemple, en estacions d'esquí. El tercer grup solen ser estudiants. Exposa que són persones amb il·lusió, motivació i ganes que estaran 4 o 5 estius treballant-hi i que, un cop acabin els seus estudis, molts no es quedaran en el sector.

Remarca que hi ha molts problemes sobretot a la part de restauració per poder trobar professionals formats. Això fa que s'han d'anar a buscar professionals a altres continents com, per exemple, diferents colònies holandeses o franceses, on han estat formats, parlen idiomes i es facilita la seva contractació pel fet de ser comunitaris.

Així mateix, afirma que els salaris han de ser justos i s'ha de respectar el temps de lleure, però que el professional del càmping ha de ser conscient que cal treballar cap de setmana i períodes de vacances. En aquest sentit, el càmping és un sector molt gratificant i és molt motivador veure com les famílies marxen satisfetes i contentes.

Finalment, Castellar apunta que hi ha una mancança en formació, de manera que s'han de plantejar cursos i

formacions atractives i exposar els avantatges i inconvenients de treballar en el sector. És a dir, s'ha de ser clar des del principi. Per tant, s'ha d'exposar realment el què es trobaran en el moment que comencin a treballar.

A nivell de contingut afirma que és important que tinguin formació en molts àmbits: medi ambient, gestió, reserves, etc. Si bé no és necessari ser un especialista en tots aquests àmbits cal tenir una noció bàsica per tal de poder prendre bones decisions. Per exemple, en un futur caldrà més coneixement de medi ambient, com mesurar i compensar l'impacte mediambiental, etc.

Josipa Cvelić-Bonifačić

Professora de la Universitat de Rijeka



Biografia i Trajectòria Professional

Josipa Cvelić és professora a la Universitat de Rijeka i té una extensa experiència en la gestió de càmpings i en el sector turístic a Croàcia. Va començar la seva carrera professional com a professora d'institut, on ensenyava introducció al turisme i al màrqueting i, menys d'un any després, va aconseguir una feina de directora d'un càmping. Aquest primer càmping que va dirigir tenia una capacitat de 3000 persones, infraestructures bàsiques i només cinc treballadors, però aquesta experiència va marcar l'inici de l'amor que encara té pel sector dels càmpings.

Després d'això, va fundar la primera agència de viatges privada a la illa on vivia i va acabar dirigint una empresa local que posseïa un hotel, restaurants i càmpings, un dels quals és on havia treballat anteriorment. Llavors, es va anar involucrant activament amb l'associació de càmpings de Croàcia, va obtenir un màster i va arribar a ser presidenta de la Unió de Càmpings de Croàcia durant 8 anys. Posteriorment, va decidir fer el doctorat. Els següents 15 anys va assumir el rol de directora d'operacions i desenvolupament de càmpings en una gran empresa turística croata, Valamar, on va arribar a gestionar fins a 15 càmpings, i on va contribuir

“Josipa Cvelić: el futur dels càmpings s’adaptarà a les noves exigències dels turistes i al canvi climàtic”.

significativament en el desenvolupament i millora de les instal·lacions del sector del càmping a Croàcia.

Va començar a impartir “Gestió de càmpings” com a professora adjunta a la Facultat de Turisme i Gestió Hotelera d’Opatija, que forma part de la Universitat de Rijeka, i a la Universitat privada Vern de Zagreb. Fa 8 anys, va dissenyar i engegar un programa únic d’aprenentatge permanent per a gestors i emprenedors de càmpings anomenat “Gestió de complexos de càmpings”, que encara actualment gestiona amb èxit. Fa pocs anys, va liderar el primer màster europeu en gestió sostenible de hospitality a l’aire lliure (Master’s Degree in Sustainable Outdoor Hospitality Management), el qual es cursa a tres universitats, Breda (Països Baixos), Opatija (Croàcia) i Girona. Pel seu èxit en el desenvolupament dins del sector dels càmpings, va rebre el premi eslovè per la seva trajectòria i el 2022 va ser incorporada al Hall of Fame (passeig de la fama) d’ADAC.

Anècdota:
Una anècdota que Josipa Cvelić va compartir durant l’entrevista és sobre els seus primers dies gestionant un càmping. Ella descriu una situació caòtica i divertida: el lloc tenia instal·lacions molt bàsiques i un equip petit, incloent un treballador que sovint es trobava amb els clients en lloc de treballar. A més, ella mateixa tenia dificultats per trobar els seus empleats quan es perdien entre les caravanes del càmping. Cvelić relata aquesta experiència com a una de les seves primeres i més memorables en el sector del càmping, destacant com es va enamorar de la gestió d’aquest tipus d’espais malgrat els reptes inicials.

“Nosaltres, com a persones, sovint no valorem com d’afortunats per estar en aquests entorns tan bonics”

Característiques de l’oferta futura del càmping

Cvelić destaca la importància de l’adaptació i la innovació en el sector del càmping, especialment en resposta a canvis en els comportaments dels clients i les noves tendències post-COVID, que han incrementat l’interès per la privacitat, la natura i el luxe accessible.

Cvelić comenta que els càmpings s’aniran especialitzant i se n’aniran identificant subtipologies. Per una banda, hi haurà aquells càmpings que podrien ser pobles, amb tots tipus de comoditats, que entrarien dins d’allò que s’entén com a glamping. I, per altra banda, hi haurà càmpings que s’aniran adaptant als turistes que arriben amb autocaravana. També, s’aniran especialitzant en funció de la seva localització i s’hi trobaran càmpings urbans, càmpings de muntanya, etc.

Segons ella, alguns càmpings esdevindran destinacions per si sols i es podran considerar, en tots els sentits, destinacions turístiques. En aquest sentit, hi haurà més serveis i productes autòctons i això s’haurà d’integrar naturalment dins de la planificació i gestió de les destinacions on estiguin ubicats. Cvelić també assenyala l’important potencial de serveis integrals que superen els oferts per hotels, com ara piscines cobertes i programes de benestar, essencials per atraure visitants fora de temporada. A més, subratlla la necessitat de gestionar de manera sostenible els recursos, com l’aigua i l’energia, i d’integrar tecnologies com la digitalització i la intel·ligència artificial per millorar l’eficiència operativa i

l’experiència del client.

En resum, Josipa Cvelić descriu un futur vibrant i innovador per al sector del càmping, que s’adapta a les necessitats canviants dels turistes i millora la seva oferta per ser competitiu en un món post-pandèmia.

“Crec que els càmpings es dividiran d’alguna manera en més subtipus, sub-subtipus de càmpings”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Josipa Cvelić destaca que la demanda futura del sector del càmping estarà influenciada per diversos factors, incloent el canvi en els perfils dels campistes i la mobilitat. Cvelić comenta que la demanda del futur serà molt diversa. Hi haurà qui voldrà estar-se només unes hores o pocs dies a la destinació i que, per tant, tampoc necessitarà o voldrà pagar per uns serveis que no necessita i, també, hi haurà qui desitjarà fer estades llargues a les destinacions i demanarà tot tipus de serveis.

Així mateix, l’especialització serà clau, amb càmpings que s’adaptaran a grups específics. Destaca, per exemple, els senyors, que requeriran instal·lacions més accessibles i tranquil·les, així com programes específics per a ells. També, aquells nous mercats de gent amant de l’aire lliure. Aquest grup implicarà la necessitat de càmpings en ubicacions fins ara inusuals, com parcs nacionals o regions de muntanya, on les activitats com l’escalada o el senderisme són els principals atractius.

Els paradigmes per entendre la demanda dels càmpings han canviat completament. Ara, hi ha qui vol anar de càmping i estar actiu, independentment del tipus d’allotjament on s’estan. La gent està cada vegada més connectada a la destinació on va.

En conclusió, el futur del càmping s’encamina cap a una major especialització i adaptació, tant en termes de la demanda dels consumidors com en la resposta als desafiaments presents i futurs.

“Els càmpings van entendre que també havien de complir amb el servei d’hotel en les cases mòbils, perquè al principi llogaves les cases mòbils sense res”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Per combatre l'estacionalitat i aprofitar els mesos de menor afluència, Cvelić proposa ampliar les ofertes de serveis als càmpings, com piscines cobertes i programes de benestar, així com esdeveniments que puguin atreure visitants fora de la temporada alta. Per tant, proposa, com a regió, intentar oferir més que allotjament per tal que els turistes puguin estar actius també en temporada baixa. Els càmpings, a diferència d'altres tipologies d'allotjament, inclouen i promouen un sentiment de comunitat i això els aporta un avantatge competitiu que es pot explotar. Aquest enfocament no només ajuda a mitigar els impactes del canvi climàtic sinó que també pot fomentar un turisme més sostenible i desestacionalitzat. Enfront del canvi climàtic, Cvelić subratlla la necessitat urgent d'adaptació i innovació en el sector del càmping. Els efectes del canvi climàtic, com l'augment de temperatures i els patrons de precipitació canviants ja estan afectant la disponibilitat de recursos com l'aigua. Durant alguns anys, aquesta situació s'ha vist agreujada per les sequeres a regions turístiques com Istria, on s'han hagut de limitar els usos de l'aigua, reobrir pous antics i utilitzar camions cisterna per garantir el subministrament d'aigua. Hi ha la necessitat d'educar, de formar i d'esforçar-se per millorar en la gestió d'aquests recursos. En definitiva, Cvelić argumenta que la gestió eficient dels recursos, incloent l'ús racional de l'aigua i l'energia, és essencial. Proposa l'ús de tecnologies com els panells solars, que haurien de rebre suport governamental

similar al que ja existeix en altres sectors o, també, la construcció de noves unitats sanitàries amb sistemes que permetin la reutilització de l'aigua pluvial (pluja, aigües residuals, etc.).

Josipa Cvelić subratlla que la tecnologia i la digitalització són essencials per al futur del sector del càmping i seran necessàries a tot arreu, especialment per millorar l'eficiència i l'experiència del client. La digitalització cobrirà tots els aspectes del funcionament dels càmpings, des del check-in i check-out fins a la gestió de reserves, la mesura de consums, la comunicació amb els clients, etc. Els dispositius mòbils i les aplicacions jugaran un paper clau en aquesta transformació, permetent als campistes accedir a serveis i informació en temps real.

Cvelić també menciona l'impacte de la intel·ligència artificial (IA), que veu com una eina que augmentarà l'agilitat dels processos i millorarà la presa de decisions basada en dades. La IA pot ajudar en totes les tasques administratives i operacionals, com la gestió de l'energia o la supervisió de les instal·lacions, però també a personalitzar l'experiència del client basant-se en les seves preferències i comportaments previs.

Perfil i demanda de professionals

En el context de les necessitats professionals, Cvelić identifica una mancança de coneixements i habilitats específiques sobre el sector del càmping, ja que se solen centrar més en la gestió d'allotjaments com els hotels. Destaca, també, que les habilitats de comunicació i lideratge són sovint les que més manquen entre els professionals, juntament amb una falta general de soft skills com, per exemple les relacionades amb la creativitat i passió o motivació. Per afrontar aquests reptes, considera que és crucial que els futurs professionals del sector posseeixin una combinació d'habilitats tècniques específiques i capacitats interpersonals. També, que sentin alegria, passió i ambició quan estiguin treballant a un càmping.

Cvelić també preveu la necessitat de nous perfils professionals dins els càmpings, com gestors de relacions amb els clients, experts en sostenibilitat, especialistes en tecnologia digital, especialistes en distribució de la informació, etc. Aquests rols actualment només es poden trobar en els càmpings grans però podrien ser-hi en qualsevol perquè donarien resposta a un servei més personalitzat i responsable.

Considera que el sector dels càmpings té molts valors a oferir als seus treballadors que potser no es poden trobar en altres sectors. Per exemple, el fet que sigui un allotjament a l'aire lliure, en contacte amb la natura, ja pot ser un element diferenciador per a moltes persones que no volen estar tot el dia davant d'un ordinador. També, el sentiment de pertinença

a una comunitat, la co-creació d'aquesta comunitat com a part del personal i la proximitat amb els clients, que pot arribar a ser un element clau per a l'atracció i motivació per a alguns treballadors.

Per tal de donar resposta a totes aquestes mancances, considera que la formació bàsica és vital, però també la continuada a tots els nivells. A més, considera que les universitats i les institucions educatives han de revisar els seus currículums per incloure més formació en soft skills i creativitat, preparant als estudiants no només amb coneixements tècnics, sinó també amb les capacitats d'innovar i adaptar-se a un entorn canviant, així com d'entendre els valors del sector del càmping.

“El sector del càmping té molts valors per oferir als treballadors. Proximitat a la natura i l'exterior, sentiment de comunitat, proximitat amb els clients, però al cap i a la fi també és important el fet d'estar treballant en els llocs més bonics del món”.

José Antonio Donaire Benito

Director de l'Institut de Recerca en Turisme (INSETUR) de la Universitat de Girona



Biografia i Trajectòria Professional

José Antonio Donaire Benito ocupa actualment el càrrec de director de l'Institut de Recerca en Turisme (INSETUR) de la Universitat de Girona. La seva trajectòria professional s'ha centrat en l'àmbit acadèmic i ha ocupat càrrecs destacats com el de director de l'Escola Oficial de Turisme de la Generalitat de Catalunya, vice-rector de comunicació i relacions exteriors de la Universitat de Girona (UdG) o director científic del Campus en Turisme de la UdG. Té una connexió personal amb el sector del càmping, ja que als anys 80 va treballar durant sis estius al Càmping Internacional de Calonge. Aquesta experiència li ha proporcionat un coneixement directe del creixement i evolució dels càmpings sobretot del període dels anys 80 i 90. Proposa una gestió sostenible i tecnològicament avançada dels càmpings, que inclogui l'autosuficiència energètica, l'eficiència en l'ús de l'aigua i una reducció en la generació de residus.

“El retorn als orígens: turistes de càmpings busquen més contacte amb la natura”

Anècdota:

Donaire comparteix les seves observacions sobre l'evolució dels càmpings, basades en la seva experiència personal i professional. Recorda els últims anys dels 80 i principis dels 90, quan va treballar al Càmping Internacional de Calonge. En aquella època, els càmpings estaven en plena expansió i va poder presenciar de primera mà com es transformaven per satisfer les creixents demandes dels turistes. Descriu com, en aquells anys, els càmpings van començar a millorar les seves instal·lacions i oferien més comoditat i una varietat de serveis per atraure més visitants. Comenta la transició que han tingut els càmpings i com han passat de simples àrees per a tendes de campanya a espais més sofisticats per allotjar bungalows i altres formes d'allotjament més confortables. A més, destaca com aquests canvis reflecteixen una tendència contínua cap a la millora de la qualitat en els càmpings, tot adaptant-se a les expectatives dels turistes moderns.

“Els càmpings formen part del futur: són un element del passat integrat en la història del turisme i són, al mateix temps, una peça essencial per construir el turisme del futur. Representen el passat, el present i el futur del turisme”.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Donaire preveu una polarització en l'oferta futura dels càmpings i dues tendències principals. D'una banda, anticipa un augment significatiu en el confort i la qualitat dels bungalows, millorant les prestacions i serveis per satisfer una demanda creixent de luxe i comoditat. D'altra banda, creu que hi haurà un retorn als orígens del càmping, amb un grup de campistes que buscaran una major renaturalització dels espais mantenint l'essència del càmping tradicional amb més elements naturals.

Pel que fa a l'aspecte legal, Donaire planteja la necessitat de donar resposta a problemes normatius i de planificació territorial, especialment en càmpings ubicats en zones susceptibles a inundacions o amb restriccions ambientals i urbanístiques. A més, creu que la gestió sostenible i tecnològicament avançada dels càmpings es convertirà en una necessitat rellevant per abordar els reptes en la gestió d'aquests espais. Això inclou l'autosuficiència energètica mitjançant l'ús d'energies renovables, l'eficiència en l'ús de l'aigua mitjançant plantes xeròfites i la reutilització d'aigües pluvials, així com una gestió eficient de residus.

Finalment, Donaire considera que els gestors de càmpings han de generar estratègies per mantenir l'essència dels càmpings de contacte amb la natura, utilitzant la tecnologia de manera intel·ligent per millorar la sostenibilitat sense perdre la seva connexió natural. També comenta que és rellevant fomentar la socialització entre els campistes i oferir experiències de benestar físic, mental i emocional, i així també convertir els càmpings en punts d'entrada a territoris més amplis i diversificats.

Característiques de la demanda futura del càmping

Donaire afirma que durant els propers anys s'incrementarà la demanda que busca estar en contacte amb la natura, impulsada pel desig dels turistes d'escapar dels entorns urbans i gaudir d'espais més salvatges i oberts. Donaire aclareix que no és només la ubicació del càmping, sinó el model en si. És a dir, la idea de contacte amb els elements naturals de l'entorn, fora dels espais artificials que es troben a Europa. En aquest context, també hi ha una creixent demanda de benestar (wellness) als càmpings, no només en termes físics, sinó també mentals, emocionals i espirituals. Considera que l'oferta d'experiències com espais de reflexió i calma i la desconexió de la tecnologia esdevindran elements essencials per atraure a aquest segment de mercat.

Un altre aspecte que incidirà en la demanda futura dels càmpings és la socialització. Els càmpings són espais comunitaris que faciliten la interacció entre els campistes i que promouen un turisme més social on les persones no només viatgen amb els seus acompanyants, sinó que també interactuen amb altres visitants. Finalment, Donaire considera que alguns càmpings poden convertir-se en hubs territorials, és a dir, que poden actuar com a portes d'entrada a regions més àmplies i poden oferir als turistes la possibilitat d'explorar àrees circumdants. Això, comenta, s'alinea amb l'expectativa d'estades més llargues i una major connexió amb el territori a causa de l'augment dels costos de transport.

“Donaire: l'evolució del càmping cap a un futur sostenible i tecnològic”

“S’ha de fomentar l’ús eficient de l’aigua en tots els sentits: captació, distribució, eficiència... I això vol dir també l’adaptació de la jardineria al clima mediterrani, amb la proliferació de plantes xeròfites adaptades a l’estiu. Hem d’abandonar el paradigma dels espais verds importat de les zones atlàntiques i reivindicar una jardineria (magnífica, amb un enorme potencial) basada en espècies autòctones”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Per a Donaire, la sostenibilitat serà un component fonamental en la gestió futura dels càmpings. Per això, és necessari convertir els càmpings en espais autosuficients des del punt de vista energètic, utilitzant energies renovables com la fotovoltaica, la biomassa i, en alguns casos, l'eòlica, la geotèrmia i l'aerotèrmia en els espais tancats. A més, considera que és important gestionar eficientment l'ús de l'aigua fomentant la plantació d'espècies xeròfites i la reutilització d'aigües pluvials per a reg, evitant l'ús d'aigües freàtiques.

En termes de residus, creu que els càmpings han d'avançar cap a un model de zero plàstics i reduir el malbaratament alimentari. Tot i que els càmpings ja practiquen el reciclatge, comenta que és important disminuir la generació de residus, essent aquest un objectiu més fàcil d'assolir en càmpings que en hotels degut a factors com el menor consum per càpita d'aigua i energia.

La tecnologia és un altre factor que entra en joc en la gestió dels càmpings. De fet, la tecnologia ha de ser utilitzada per millorar la sostenibilitat, com per exemple, mitjançant l'ús de sensors per al consum racional de l'aigua i la gestió eficient de recursos. A més, Donaire destaca que la tecnologia pot facilitar tasques repetitives com el manteniment i la vigilància i millorar l'experiència del visitant a través d'interfícies

informatives i sistemes de control d'accés. No obstant això, adverteix sobre l'ús excessiu de la tecnologia i subratlla que els càmpings han de mantenir la seva essència de connexió amb la natura. La tecnologia ha de ser utilitzada de manera intel·ligent per no convertir els càmpings en espais artificials i preservar així el seu atractiu natural.

“Hi ha un segon vector essencial en l’estratègia contemporània dels càmpings, que és la necessitat de socialització. Els càmpings són petites ciutats, espais on la relació entre les persones que hi conviuen temporalment és molt més fàcil que en altres entorns. Els càmpings són llocs on combatre una les pandèmies socials d’Europa, que és l’aïllament i la soledat.”

Perfil i demanda de professionals

Donaire afirma que l'evolució cap a un turisme més tecnificat i complex exigeix que els futurs directors/es i gestors/es de càmpings posseeixin una varietat d'habilitats tècniques i de gestió adaptades a les noves realitats del mercat. Històricament, els rols en la gestió de càmpings requerien habilitats principalment en promoció i captació de clients, així com en la millora del confort i serveis del turista. Avui dia el panorama ha canviat dràsticament, i es valora la capacitat d'implementar estàndards de qualitat més alts i oferir serveis addicionals que enriqueixin l'experiència dels usuaris dels càmpings.

A més a més, amb la introducció de regulacions més estrictes en matèria de sostenibilitat i la pressió per adoptar tecnologies avançades, considera que s'ha fet essencial que els i les professionals del càmping dominin la gestió sostenible dels recursos i la integració de solucions tecnològiques en l'operació diària. El futur del turisme de càmping també requereix un enfocament proactiu i dinàmic. Els gestors i les gestores han d'estar preparats per assabentar-se i adaptar-se als canvis constants en els hàbits dels consumidors/es i les exigències del mercat, una habilitat que s'ha tornat imprescindible en un món que evoluciona ràpidament.

Per abordar aquests reptes, comenta que institucions acadèmiques com la Universitat de Girona estan dissenyant programes especialitzats que preparen els estudiants per a una gestió efectiva i sostenible a llarg termini. L'objectiu és

“Socialització i wellness: les noves demandes del turisme a càmpings”

consolidar a Girona com un centre d'excel·lència en la gestió de càmpings a nivell mundial. Així, es pretén que qualsevol persona interessada en administrar un càmping, sigui on sigui, opti per formar-se a Girona a causa del reconegut prestigi del programa formatiu, que promou un aprenentatge continu i adaptatiu que és essencial per a l'èxit en aquest sector.

“Hem de fer cicles integrals i probablement estacions de captació pluvial i el poc rec que hi hagi ha de ser d'aigües reutilitzades i sempre evitant el freàtic que alguns càmpings ho utilitzen.”

“Transformació dels càmpings: de simples botigues a bungalows de luxe”

Victor Goitia

Cap de màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona



Biografia i Trajectòria Professional

Victor Goitia és actualment cap de màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona. Professionalment, s'ha enfocat sempre al turisme d'experiències en diferents camps com l'hoteleria, la turoperació, el món dels creuers i el màrqueting de destinacions turístiques, treballant primer a l'Agència Catalana de Turisme i posteriorment al Patronat de Turisme Costa Brava Girona. Ha mantingut una relació continuada amb el sector dels càmpings, considerant-lo una part integral de l'allotjament turístic de la destinació.

Anècdota:

Per a Goitia el càmping s'associa inicialment a la seva infantesa, quan va poder gaudir de nombroses estades en establiments de càmping amb la seva família.

“Els càmpings tenen l'oportunitat de ser el tipus establiment estrella amb vinculació amb la natura”.

Albert Duch

Product Manager del Club de Natura i Turisme Actiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona



Biografia i Trajectòria Professional

Albert Duch, responsable del Club de Natura i Turisme Actiu del Patronat de Turisme Costa Brava-Girona té més de 20 anys d'experiència en el sector turístic. Va començar la seva carrera professional a l'Agència Catalana de Turisme i, posteriorment, a l'Oficina Catalana de Brussel·les, fent promoció pel mercat del Benelux. La seva trajectòria dins del Patronat ha anat evolucionant amb els anys, inicialment en la promoció turística genèrica, i posteriorment passant a prendre responsabilitats al Club de Turisme Nàutic, que posteriorment va evolucionar al de Natura i Turisme Actiu, fet que li ha permès tenir una estreta relació amb l'associació de càmpings, així com amb alguns establiments en particular.

Anècdota:

Per a Duch la seva vinculació al món del càmping ha estat principalment professional, i relata amb entusiasme la bona relació que hi ha entre el Patronat i l'Associació de Càmpings de Griona i els establiments adherits; així com l'organització dels campionats del món de Windsurf que es feien des del Càmping de La Ballena Alegre.

Característiques de l’oferta futura del càmping

Goitia i Duch preveuen que els establiments de càmping futurs apostaran per unes instal·lacions més luxoses, en les que s’haurà de tenir en compte la qualitat del servei, seguint criteris de sostenibilitat. Així doncs, consideren essencials les inversions en zones d’aigües, especialment adaptades pel públic familiar, i l’oferta de serveis complementaris vinculats al benestar, com elements que poden ser decisius per la demanda. També remarquen la importància de la millora de les instal·lacions comunes com les dutxes i sanitaris; i observen una clara tendència a l’assimilació de l’establiment de càmping a l’establiment hotel·ler donat els tipus de serveis i modalitats d’allotjament que s’hi estan incorporant.

Tanmateix, exposen que els preus d’aquests establiments poden ser excessivament elevats per determinats públics, i que això implicarà que alguns establiments se centrin a oferir un producte destinat a un públic més modest, però en el que posin en valor la naturalització de l’entorn.

Per tant, veuen clarament l’existència de dos tipus d’establiments de càmping, uns amb serveis Premium que tindran uns preus més elevats, i uns altres amb preus més moderats però amb una elevada naturalització.

D’altra banda, veuen diferents tendències entre els càmpings de costa i de muntanya, remarcant que possiblement els càmpings de muntanya apostaran més per associar-se a

elements vinculats a la calma, relax, autenticitat, territori de natura, etc., i probablement amb una component menys important del concepte luxe i *glamping*.

Finalment, en relació als parkings d’autocaravanes instal·lats en alguns municipis, no consideren que siguin una competència directa al càmping, ja que els seus usuaris tenen unes pautes de comportament i consum de la destinació diferent a la del client de càmping. De totes maneres, aposten per la necessitat de regular aquest tipus d’estacionaments.

Característiques de la demanda futura del càmping

Segons Goitia i Duch, el perfil dels campistes està evolucionant amb una clara diversificació que, a part d’incloure les famílies com a segment tradicional del càmping, hi haurà nous perfils com els nòmades digitals, que busquen connexions d’internet robustes, i segments adults-only que prefereixen espais sense nens. També remarquen que el segment de pet-friendly està guanyant importància, amb més campistes que viatgen amb mascotes. Del segment de famílies, destaquen la tendència que s’està veient d’avis que viatgen amb els seus nets, essent aquesta una oportunitat també pels càmpings a tenir en compte.

Així mateix, i com s’ha apuntat anteriorment, s’observa una creixent polarització del mercat amb segments que busquen ofertes tipus Premium com el glamping, així com opcions més accessibles per a pressupostos més ajustats.

D’altra banda, també s’observa un interès creixent en experiències úniques i autèntiques, que reflecteixen una demanda per un turisme més immersiu i personalitzat, és a dir, el desig de la demanda per tot allò vinculat al territori local s’està convertint en un factor clau. El turista cerca opcions que permetin explorar el territori més enllà del càmping, incloent activitats culturals, enogastronòmiques, i d’aventura. Això implica que els càmpings hauran d’adaptar la seva oferta per poder donar resposta a aquestes necessitats, oferint una experiència molt més vinculada al territori. Es

comença a veure aquesta tendència amb alguns càmpings que comencen a fer activitats amb empreses externes a fi d’oferir una oferta més variada i personalitzada als clients.

Finalment, remarquen el concepte del Calmcation, vinculat a les vacances de relax, desconnexió i tranquil·litat que es fan en establiments de càmping. Vinculen aquest tipus de vacances, especialment amb els càmpings de muntanya, ja que es troben ubicats en entorns naturals que per si mateixos fomenten la tranquil·litat.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Goitia i Duch remarquen que el canvi climàtic és un factor crític per a l'adaptació del sector del càmping, amb la necessitat de desenvolupar pràctiques més sostenibles i resilients. D'una banda, exposen que els càmpings ja estan adoptant mesures per minimitzar la seva petjada ecològica, incloent la gestió eficient dels recursos hídrics i energètics, havent donat resultats molt positius que per exemple mostren un consum d'aigua similar o inferior al d'un resident. Destaquen especialment la naturalització dels càmpings amb l'ús d'espècies vegetals autòctones que requereixen menys aigua i el foment de la biodiversitat són exemples de com els càmpings poden contribuir a la conservació dels ecosistemes locals. També apunten la necessitat de crear espais que actuïn com a refugis climàtics per combatre les altes temperatures i facilitar el benestar dels seus clients. En el context de la sostenibilitat, emfatitzen també la tasca educativa i de conscienciació que ha de fer el càmping del futur en relació als consums responsables, essent per tant una tasca social important a fer.

Segons Goitia i Duch, la tecnologia i digitalització juguen un rol crucial en la transformació del sector del càmping, especialment en la millora de l'eficiència operativa i l'enriquiment de l'experiència del client. Algunes de les aplicacions que consideren necessàries a fer són la implementació de sistemes de gestió de reserves en línia

(PMS, Property Management System), l'ús de CRMs (Customer Relationship Management) per personalitzar les ofertes a clients i afavorir la monetització dels serveis oferts, l'accés a Internet d'alta velocitat, per garantir una alta connectivitat als clients i la domòtica per millorar l'eficiència energètica en les diverses instal·lacions.

Perfil i demanda de professionals

Segons Goitia i Duch, en el sector del càmping, hi ha una demanda creixent per professionals que combinin habilitats tècniques específiques amb competències interpersonals fortes. Aquestes inclouen adaptabilitat, flexibilitat, habilitats comunicatives, visió comercial i un fort compromís amb l'empresa. Les habilitats lingüístiques són particularment valorades, així com la capacitat per gestionar diverses tasques simultàniament, una qualitat indispensable en entorns dinàmics com els càmpings.

Així mateix, Goitia i Duch veuen el sector de càmpings com un sector molt dinàmic i juvenil, és a dir, que ofereix oportunitats importants a gent jove que troba atractiu poder treballar en un entorn internacional i a l'aire lliure. A més, consideren que es un sector que permet l'aprenentatge en la polivalència, de manera que una persona que tot just comença pot acumular experiència sobre el funcionament global d'un càmping.

La formació per a futurs professionals del càmping hauria d'incloure una sòlida base en gestió turística, així com formació específica en noves tecnologies aplicades al sector, com el màrqueting digital i la gestió de CRMs. A més, és essencial que els programes de formació incloguin mòduls pràctics que permetin als estudiants aplicar el que aprenen en entorns reals, preparant-los millor per les exigències del mercat laboral.

“El Futur del Càmping a Girona: Innovació, sostenibilitat i tecnologia marquen la pròxima dècada, revelen experts del Patronat de Girona Costa Brava”.

Cel Feliu

Presidenta de l'Associació de Càmpings de Lleida



Biografia i Trajectòria Professional

Cel Feliu és actualment Presidenta de l'Associació de Càmpings de Lleida i membre actiu de l'associació des de fa més d'una dècada. És directora del Càmping La Noguera a Sant Llorenç de Montgai, una empresa familiar que va començar la seva activitat ara fa més de 30 anys, quan Feliu era encara un nena. Actualment, el Càmping La Noguera continua amb tots els membres de la família en actiu.

Anècdota:

Per a ella és interessant veure com de vegades hi ha persones que s'han quedat ancorades amb la idea del càmping de fa 30 anys, malgrat la gran evolució que ha tingut, especialment durant els darrers anys. Per ella és curiós que arriba gent al càmping que fa molts anys que no hi ha anat i demanen si han de portar sac de dormir o utensilis pels bungalows.

“Cel Feliu narra l'evolució dels càmpings a Lleida: de prats senzills a sofisticats complexos de luxe”

Característiques de l'oferta futura del càmping

Feliu remarca la transformació del sector de càmping en general, però molt particularment el càmping d'interior amb una ràpida adaptació als nous temps.

Per començar, Feliu remarca que els càmpings de muntanya tenen certes particularitats. En primer lloc, són càmpings més petits i familiars; i en segon lloc, els tipus d'allotjaments disponibles necessiten una adaptació a un clima més fred.

Feliu observa que el càmping està seguint una clara tendència cap a la diversificació de les experiències que ofereix als seus clients, i que aquesta anirà evolucionant en funció de les necessitats i tendències del mercat. Actualment, més enllà de proporcionar un allotjament bàsic, els càmpings estan ampliant la seva gamma de serveis. Per exemple, en el cas de l'interior i muntanya els càmping estant arribant a acords amb les pistes d'esquí o empreses d'esports amb l'objectiu d'oferir un producte atractiu i allargar les estades.

Des del seu punt de vista, si s'apliqués el pla director, les àrees d'autocaravanes passarien a ser càmpings d'una estrella, de manera que tendiria a incentivar les àrees privades amb un funcionament igual al d'un altre allotjament, i la regularització en el pagament de la taxa turística, com qualsevol altra allotjament.

“Hem passat de ser un prat on s’hi podien posar quatre tendes, a tenir allotjaments que, a vegades, poden tenir la mateixa qualitat que un hotel”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Feliu apunta a diverses tendències i canvis significatius. En primer lloc, observa que els hiverns càlids i les primaveres estivals fan que hagi augmentat la demanda durant aquestes èpoques de l'any. Així mateix, observa com la creixent popularitat dels vehicles recreatius com les autocaravanes i furgonetes adaptades, estan oferint l'oportunitat als càmpings de muntanya a tenir una major demanda i allargar la temporada, sobretot durant el període hivernal. Destaca que aquesta és una oportunitat important, sobretot pels càmpings que no disposen de bungalows.

Feliu apunta que les famílies continuaran sent un client important en el futur del càmping, i que el client nacional és el més habitual en els càmpings d'interior i muntanya. Entre els clients internacionals estima mantenir els clients procedents d'Alemanya, Holanda o França, ara bé s'han de tenir en compte altres destinacions de muntanya com els Alps, per tal de no tenir una reducció d'aquest tipus de clients.

També rememora com la pandèmia va fer descobrir el càmping a moltes persones que fins al moment no n'havien estat usuàries, sobretot moguts per la necessitat de contacte amb la natura. Segons Feliu, en els darrers anys s'ha tornat a establitzar aquesta demanda, tot i que hi ha certs clients que continuen com a clients de càmping d'ençà aquell moment.

Feliu considera que el sector de càmping s'adequa a la demanda de forma molt ràpida però que ara es troba amb el fre de la burocràcia i la lentitud de l'administració en les seves respostes.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Feliu destaca el compromís del sector de càmping envers la sostenibilitat i afirma que els càmpings són el tipus d'allotjament turístic més sostenible i, en molts casos, han estat pioners en la implementació d'energies renovables.

En aquest sentit, Feliu exposa que els càmpings de muntanya han fet una forta inversió en energies renovables i no contaminants des de ja fa una quinzena d'anys, deixant de banda els combustibles com el gas o el gasoil, i passant a alternatives molt més sostenibles com la biomassa, la geotèrmia o les plaques solars. Tanmateix, lamenta les limitacions d'algunes d'aquestes alternatives, com per exemple les plaques solars que en determinats espais de muntanya no són apropiats per la manca d'hores de sol.

Quan als usos de l'aigua, Feliu remarca la necessitat d'aprendre a reutilitzar l'aigua, i remarca que cal una regulació que permeti l'ús de les aigües freàtiques; així com, consistència en les normatives entre diversos departaments de l'administració que en certs casos es contradiuen, especialment en el cas de l'aigua. Feliu també destaca la importància de la digitalització en el futur dels càmpings. En aquest sentit, prediu que les tecnologies emergents seran especialment rellevants per optimitzar les reserves, la gestió de dades i el control. Serà sobretot important per els càmpings més grans que

requereixen d'aquesta tecnologia, i que en molts casos ja han implementat. Tanmateix, destaca que el tracte personalitat en un càmping no es pot substituir per tecnologia, ja que aquest és un dels valors que ofereix aquest tipus d'empresa d'allotjament.

Pels càmpings en zones rurals, Feliu planteja el repte de disposar de bones connexions d'Internet i telefonia mòbil, essent encara una assignatura pendent que dificulta la plena digitalització.

Perfil i demanda de professionals

Feliu posa de manifest la importància de comptar amb personal qualificat i compromès que tingui habilitats socials per poder fer una atenció al públic adequada, fet que seguirà sent rellevant de cares al futur del càmping. Així mateix, exposa la necessitat de personal disposat a treballar durant el període vacacional, essent un repte en el context actual.

En termes formatius, remarca la necessitat de persones amb perfils polivalents, que tinguin coneixements tècnics i de gestió, ja que són clau per garantir que el personal estigui preparat per fer front als reptes i les oportunitats que es presenten actualment.

Segons Feliu, el càmping, sobretot quan són petits, ofereixen la possibilitat d'estar integrat en un equip consolidat, amb tasques variades i menys rutinàries que en altres contextos laborals. A més, existeixen possibilitat a joves estudiants poder treballar en aquest sector durant la temporada.

Narcís Ferrer i Ferrer

*Director Agència Catalana de Turisme
(2021-2024)*



Biografia i Trajectòria Professional

Narcís Ferrer i Ferrer fa més de dues dècades que es dedica al turisme en diverses facetes. La seva carrera comença amb la creació d'un projecte de central de reserves de turisme actiu, i continua com a soci en una consultoria turística i de gestió de la qualitat. Posteriorment, com a cap de promoció econòmica de l'Ajuntament de Palafrugell, Ferrer va tenir contacte amb empresaris de càmpings locals. Actualment, com a director de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), ha aprofundit en el coneixement d'aquest sector vital per a Catalunya.

*“Desestacio-
nalitzar el
turisme: una
oportunitat per
a l'adaptació
climàtica i la
inclusió per a
totes les edats”*

Anècdota:
Tot i que Ferrer no ha tingut un contacte directe amb la gestió de càmpings ni ha estat un usuari freqüent d'aquests serveis, la seva posició com a director de l'Agència Catalana de Turisme li ha exigít un coneixement profund del sector del càmping, atesa la seva importància a Catalunya. Ferrer menciona la seva relació amb Miquel Gotanegra, a qui considera l'ànima i motor de molts projectes pioners pel desenvolupament i futur del sector. La seva interacció amb Gotanegra i altres pioners del sector del càmping li ha proporcionat una perspectiva valuosa sobre les tendències i canvis en aquest segment del turisme. Ferrer destaca que el moviment de les autocaravanes ha transformat significativament la indústria del càmping durant l'última dècada i ha esdevenit competitiu i rellevant en l'actual mercat turístic.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Ferrer destaca que actualment el sector del càmping a Catalunya es troba en un punt d'inflexió important per afrontar l'adaptació al futur.

Ferrer ens parla dels diversos perfils de públic objectiu com una forma de segmentar la demanda en funció de les motivacions tractores per interpretar les tendències futures. Considera que una persona que utilitza el càmping sol fer turisme sense intermediaris. Es podria parlar, doncs, d'un viatger que vol descobrir territoris. Les tendències del càmping, amb el nivell de maduresa actual, estan fent un pas cap a la no obsessió de la captivitat. En aquesta línia, el director de l'ACT observa la tendència del sector del càmping cap a la riquesa de l'experiència turística, buscant que els visitants gaudeixin d'experiències tant dins com fora del recinte del càmping. Aquests tipus d'establiments turístics entenen que formen part d'una destinació més àmplia, enlloc de contenir necessàriament tots els serveis. La sostenibilitat és clau en aquesta nova visió, i els càmpings que aspiren a complir amb els estàndards del mercat són molt conscients que cal apostar en aquesta direcció.

Una altra tendència és l'adaptació als visitants d'autocaravanes i oferir serveis mínims per estades curtes i l'ús de les infraestructures del càmping. Tot això veient aquests visitants com futurs clients fidelitzats. Això va acompanyat d'una aposta per la tecnologia, especialment en la gestió de

reserves i màrqueting directe, tot i que Ferrer assenyala que encara falta desenvolupament en tecnologies per millorar l'experiència turística relacionada amb el descobriment del territori.

Ferrer també planteja la importància de l'accessibilitat i la inclusió, especialment si es té en compte l'envelliment de la població europea, i indica que el sector haurà de fer grans passos en aquesta àrea en el futur. La capacitat de desestacionalitzar el turisme és vista com una oportunitat, així com l'adaptació al canvi climàtic i la millora de l'oferta turística per a totes les capacitats i edats.

El futur del càmping es presenta com una coexistència de petits càmpings familiars i grans empreses, amb una clara tendència cap a un turisme més responsable, personalitzat i integrat amb l'entorn. Ferrer conclou que, tot i que encara hi ha reptes, les perspectives són positives i anima el sector a adaptar-se a aquests canvis emergents que s'estan impulsant mitjançant el Compromís Nacional per un Turisme Responsable.

“Una tendència modèlica és l’aposta per la sostenibilitat que fan els càmpings catalans, apostant per una infraestructura que estigui a l’alçada del índexs d’exigència i sostenibilitat dels mercats que aspirem a tenir”.

Característiques de la demanda futura del càmping

La demanda del càmping està evolucionant cap a perfils més diversos i es busquen experiències més personalitzades i úniques. Els campistes del futur tendiran a ser viatgers autònoms, interessats a explorar i descobrir nous territoris. Aquest canvi suposa un desafiament i, alhora, una oportunitat per al sector del càmping a Catalunya, que haurà d'adaptar la seva oferta per satisfer aquestes noves expectatives, incloent-hi des de turisme d'aventura fins a retirs de benestar i glamping.

La mobilitat és una altra tendència clau i en destaca l'augment de l'ús d'autocaravanes. Aquesta tendència no només canvia la forma de viatjar, sinó també la interacció amb els espais de càmping. Aquests establiments turístics han començat a adaptar-se a aquests nous patrons i alguns ja ofereixen serveis específics per a autocaravanes i fomenten l'ús compartit de les seves instal·lacions.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Ferrer considera que el canvi climàtic i la sostenibilitat són desafiaments significatius que el sector ha d'afrontar. La necessitat de gestionar recursos de manera més eficient, adaptar-se a condicions meteorològiques adverses extremes i la desestacionalització són factors clau per a la resiliència del sector. Això implica la implementació de pràctiques sostenibles, des de la gestió de l'aigua i l'energia fins a l'adopció de materials i mètodes de construcció més ecològics.

Segons Ferrer, la desestacionalització es reforça com una possible estratègia crucial per mitigar l'impacte del canvi climàtic. L'objectiu és atraure visitants fora de la temporada alta i beneficiar-se de condicions climàtiques més suaus tot reduint la pressió sobre els recursos locals durant els pics de demanda. Això no només ajuda a millorar la sostenibilitat, sinó que també pot contribuir a una experiència més complerta i menys congestionada per als visitants.

La tecnologia i la digitalització es presenten com a forces transformadores dins del sector del càmping. Ferrer destaca l'avenç en la gestió dels ingressos i la reserva directa com un dels àmbits on els càmpings catalans estan innovant, utilitzant programari de gestió i plataformes de reserva per optimitzar l'ocupació i els ingressos. Aquesta tendència cap a la digitalització no només millora la gestió interna, sinó que també enriqueix l'experiència del client, tot facilitant-ne la

reserva i l'accés a informació sobre les instal·lacions i serveis disponibles.

No obstant això, Ferrer apunta que encara hi ha recorregut per millorar l'experiència tecnològica dels usuaris i suggereix que els càmpings podrien beneficiar-se de desenvolupar més aplicacions mòbils i eines digitals que facilitin als campistes descobrir i interactuar amb el territori i les activitats disponibles al seu voltant, millorant així la integració amb el teixit turístic local.

Ferrer revela una imatge del sector del càmping a Catalunya en plena transformació. Les tendències en demanda i mobilitat, juntament amb els reptes plantejats pel canvi climàtic i la necessitat de pràctiques sostenibles, marquen el camí cap a un futur on la innovació, l'adaptabilitat i la sostenibilitat seran clau per al seu èxit i resiliència.

"Algunes destinacions s'estan convertint en marques blanques, una oferta molt igual, per contra a Catalunya estem potenciant el concepte de destinació singular. Els càmpings han de fer la seva aportació d'experiència turística única, que és el que al final fidelitza al viatger".

Perfil i demanda de professionals

Pel que fa a la demanda i el perfil dels professionals necessaris en el sector, Ferrer emfatitza la importància d'adaptar-se a les noves necessitats del mercat, on la qualitat del servei i l'experiència del client són cada vegada més decisives. El sector necessita professionals qualificats, amb competències tant en l'àmbit turístic com en l'ús de noves tecnologies, gestió de la sostenibilitat i coneixement de llengües estrangeres. A més, els professionals han de ser capaços d'oferir una atenció personalitzada i tenir habilitats per a la gestió de les expectatives dels visitants.

Aquesta demanda de professionals més qualificats implica també un repte en termes de formació. És necessària una major especialització en els programes educatius relacionats amb el turisme, incloent-hi mòduls específics sobre gestió de càmpings, turisme sostenible i digitalització. Així mateix, és crucial fomentar la vocació de servei i la passió per l'hospitality des de les etapes formatives.

En conclusió, Ferrer subratlla la necessitat imperant d'innovació tecnològica i digitalització dins el sector del càmping a Catalunya, així com la creixent demanda de professionals qualificats i ben formats que puguin respondre als desafiaments i oportunitats que aquests canvis comporten. El futur del càmping passa per una combinació d'avenç tecnològic, sostenibilitat, i excel·lència en el servei, i es requereix d'un esforç conjunt tant en la formació de nous talents com en la modernització de les infraestructures i serveis.

Uwe Frers

CEO PiNCAMP



Biografia i Trajectòria Professional

Uwe Frers és el CEO de PiNCAMP, el portal de reserves especialitzat en càmpings de l'ADAC Camping GmbH, un projecte que va començar fa uns 7 anys. Va començar la seva trajectòria professional al sector digital fa 27 anys i porta gairebé 20 anys en el sector turístic. Al llarg de la seva trajectòria professional ha fundat dues empreses abans d'incorporar-se a ADAC Camping GmbH per liderar aquest nou projecte, que combina el seu coneixement turístic amb les habilitats digitals. Frers es descriu com un emprenedor que gaudeix del procés d'emprendre i crear nous projectes empresarials.

“Uwe Frers destaca la importància de la tecnologia i la sostenibilitat per a la transformació del càmping”.

Anècdota:
Quan tenia 14 anys, Frers va fer per primera vegada una estada en un càmping amb els seus pares als Alps, a la regió de Baviera (Alemanya). Abans d'aquesta experiència només havia acampat en tendes amb amics en alguna ocasió. La recorda com una experiència molt intensa. Era hivern amb un 1 metre de neu i uns -20 graus a la nit. Malauradament, la tercera nit, la calefacció es va avariar. El seu pare va adonar-se'n i va intentar reparar-la però no va poder. Malgrat tot, va aconseguir sobreviure aquella freda nit i ha continuat fent càmping.

“Des del meu punt de vista, els propietaris dels càmpings són emprenedors. Dirigeixen una empresa i han d'entendre que la sostenibilitat al final els aportarà més diners”.

Característiques de l'oferta futura del càmping

El futur del sector del càmping, segons Frers, està marcat per l'adaptació de les seves instal·lacions a les noves tendències del mercat, però també per una professionalització del sector que passa per concebre el càmping més com una “indústria” a partir de l'adquisició d'establiments per part de grans cadenes i menys com una empresa familiar.

Frers remarca de forma més concreta la importància de considerar la nova mobilitat basada en el vehicle elèctric com un element que impactarà directament en els càmpings. En aquest sentit, destaca que hi ha països com els Països Baixos i Alemanya que són líders en aquest tipus d'instal·lacions a nivell de destinació, mentre que els països del sud d'Europa estan encara a la cua i necessiten una forta inversió en aquesta àrea. Vinculat a aquest aspecte, Frers va més enllà i fa una reflexió en relació a la concepció de la destinació per part del turista i el seu encaix amb els càmpings en el futur, remarcant que és possible que la demanda futura consumeixi la destinació en funció del punts de recàrrega i el nivell de sostenibilitat dels mateixos.

Frers també planteja la necessitat de fer inversions i canvis en alguns dels serveis oferts per part dels càmpings per estar més en consonància a les noves tendències socials, com per exemple oferir productes bio i productes locals en el supermercat del càmping; o bé, oferir plats reutilitzables que no generin deixalles.

Característiques de la demanda futura del càmping

Frers apunta que el perfil dels campistes està evolucionant notablement. Destaca especialment l'envelliment de la població com un dels canvis importants que caldrà tenir en compte en el futur del turisme; i posa especial èmfasi en el fet que el campista tradicional que respon a aquest patró, de manera que serà necessari desenvolupar una infraestructura adequada en els càmping per poder donar resposta a les seves necessitats. En aquest sentit, apunta que països com Itàlia entenen l'accessibilitat d'una manera àmplia que inclou la població sènior en general, i per tant, una perspectiva més vinculada a la inclusió. Així mateix, estima que el càmping continuarà essent atractiu pel turisme familiar.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Frers apunta que es veu una tendència general en l'allargament de la temporada arrel dels canvis en els patrons climàtics, de manera que s'està veient com els establiments poden obrir entre 3 i 6 setmanes més. En aquest sentit, veu oportunitats per a que els càmpings operin més enllà de les tradicionals temporades altes, aprofitant períodes més amplis de temps bo i demanda creixent fora de temporada de parts de la població com jubilats o turistes que busquen evitar els pics de temporada, o bé el segment senior procedent d'Alemanya

que cerca passar l'hivern en un entorn més càlid, podent triar destinacions de costa al sud d'Europa. Aquesta adaptació no només pot ajudar a mitigar els efectes del canvi climàtic en el negoci del càmping, sinó també atractiu per a un mercat que busca opcions de vacances fora de les aglomeracions estivals. Tanmateix, considera que encara és un nínxol petit i que no tots els càmpings els pot interessar obrir tot l'any, sobretot perquè si estenen la temporada fins el mes d'octubre han de mantenir serveis per obtenir uns ingressos de l'entorn el 6% anual, a diferència dels mesos d'estiu que obtenen entre el 70 i 80% dels ingressos anuals.

Tanmateix, Frers percep el canvi climàtic en zones de la Mediterrània com un problema que cal abordar i gestionar adequadament, per exemple, mitjançant la creació de serveis dins dels càmping que permetin a les persones poder estar resguardats de la calor durant les 4-5 hores del dia amb temperatures més altes.

Quan a les mesures relacionades amb la reducció de l'impacte ambiental dels càmpings, a part de la inversió en energies renovables i la instal·lació de punts de recàrrega per vehicles elèctrics, Frers considera important que els propietaris dels càmpings facin un esforç per incentivar pràctiques de consum responsable com a elements clau per a un futur sostenible.

Frers posa un èmfasi considerable en la importància de la tecnologia i la digitalització en el futur del sector del càmping. Destaca que la digitalització no és només una qüestió de comoditat, sinó una necessitat vital per a l'adaptació i el

creixement del sector. La reserva en línia, les comunicacions en temps real, i la gestió digital de la propietat són alguns dels elements que Frers considera fonamentals per modernitzar el càmping. A més, assenyala que la tecnologia pot ajudar a millorar l'experiència dels usuaris, facilitant processos com el pagament i la gestió de serveis al càmping, així com a fomentar un major consum en els establiments del càmping mitjançant sistemes de pagament innovadors i fàcils d'usar.

Un aspecte clau de la digitalització, segons Frers, és la gestió de les dades i la capacitat d'ajustar els preus i ofertes en temps real, millorant l'eficiència i la rendibilitat dels càmpings. El CEO de PiNCAMP també destaca la importància de sistemes de gestió energètica intel·ligents, que no només redueixen el consum sinó que també involucren activament els campistes en la gestió sostenible dels recursos.

Perfil i demanda de professionals

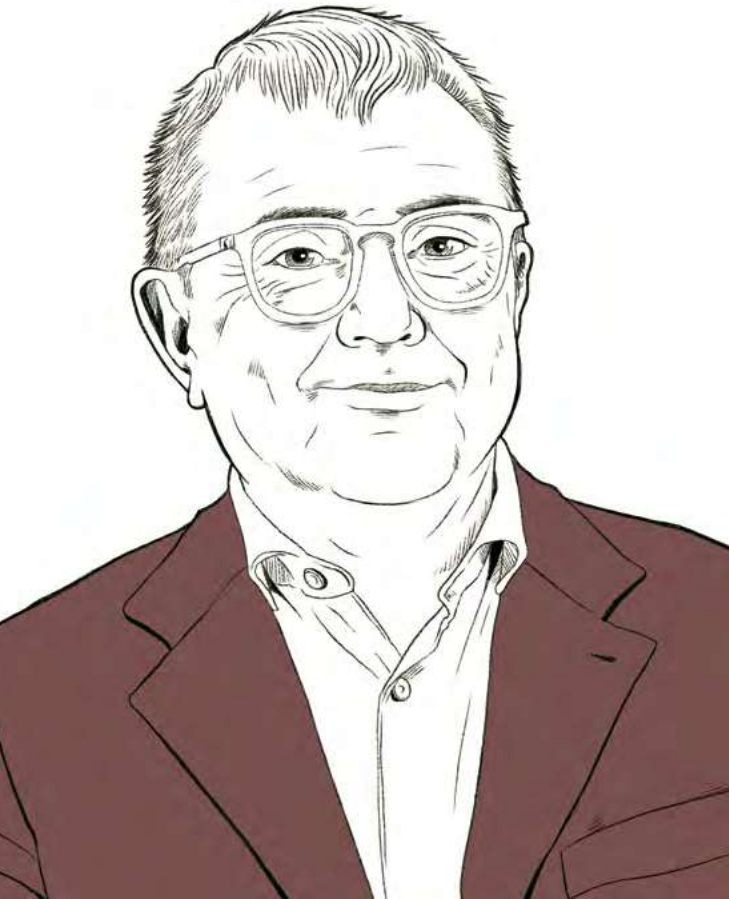
En el context de canvis en el sector del càmping, Frers identifica una necessitat creixent de professionals amb habilitats en gestió general, canvi i innovació, sobretot per els càmpings de mida més gran. Argumenta que el futur del càmping necessitarà individus que tinguin habilitats de lideratge, gestió financera i sensibilitat ecològica a les operacions diàries dels càmpings. A més, destaca la necessitat de personal que pugui operar en un entorn altament digitalitzat, amb competències en tecnologia de la informació i gestió de dades com a components clau de la seva formació.

Vinculat a aquest aspectes, Frers també parla sobre la necessitat de promoure el sector del càmping dins dels programes formatius universitaris, a fi de poder augmentar la professionalització i la sensibilitat per la sostenibilitat en aquest sector.

Finalment, Frers expressa la preocupació per la possible escassetat de treballadors qualificats en el futur a causa de les tendències demogràfiques com l'envelliment de la població laboral. Proposa que els càmpings i el sector més ampli han de ser proactius en atraure i retenir talent, potencialment a través de millores en les condicions laborals, ofertes de formació contínua, i la implementació de tecnologies que redueixin la càrrega física i millorin l'eficiència dels processos de treball.

Miquel Gotanegra

President de l'Associació de Càmpings de Girona



Biografia i Trajectòria Professional

Miquel Gotanegra és referent del sector turístic català, conegut especialment pel seu paper com a president de l'Associació de Càmpings de Girona. La seva relació amb el turisme comença des de molt jove, ja que forma part d'una família amb una llarga trajectòria en aquest camp. La família Gotanegra fa 89 anys que està en el sector turístic, des del seu avi als anys 20 del segle passat. El seu avi va emigrar a París per formar-se com a cuiner i després va treballar a l'Argentina abans de tornar a Catalunya per obrir un hotel-restaurant a Roses el 1935.

Durant els anys 50, una part de la seva família va començar en el món del càmping i van establir un càmping a Salatà a Roses. Miquel Gotanegra va assumir la gestió d'aquest càmping als 25 anys i així va iniciar la seva carrera en la direcció de negocis turístics. El seu primer gran repte va ser organitzar i fer créixer el càmping. Poder tenir confiança de la família per gestionar l'empresa, amb l'edat que tenia, va ser fantàstic, segons Gotanegra. Aquest repte va ser un punt d'inflexió en la seva carrera i li va permetre convertir el càmping en un negoci de tot l'any, ja que va passar d'obrir tres mesos a obrir-ne onze.

“Estem a la indústria de la felicitat i el nostre repte és fer gent feliç”.

Amb els anys d'experiència, Gotanegra ha estat clau en l'expansió i la innovació del càmping familiar, n'ha multiplicat la seva superfície per quatre i hi ha implementat una filosofia de millora constant.

Amb una formació sòlida i una passió per la feina, Gotanegra destaca per la seva capacitat de lideratge i el seu enfocament en la sostenibilitat i la qualitat dels serveis.

Anècdota:
Una de les anècdotes que comparteix Miquel Gotanegra en l'entrevista fa referència als seus inicis en el sector turístic. Comenta que va començar a plegar tovallons i eixugar copes i coberts als 10 anys, i que en fa 50 anys que es dedica diàriament a aquest sector. També, Gotanegra va estar durant 12 anys tinent d'alcalde a l'Ajuntament de Roses, però després va deixar la política i es va dedicar a l'empresa. Al cap d'uns quants anys, els companys del sector del càmping li van demanar que s'encarregués de la presidència de l'Associació de Càmpings de Girona. Gotanegra diu que hi ha hagut molts moments fantàstics a la vida, i aquest n'és un perquè és un sector que l'apassiona i que hi ha dedicat tota la seva vida... De fet, comenta que ha nascut entre els turistes.

També, Miquel Gotanegra menciona la seva implicació personal i passió pel sector turístic des

de molt jove. Comenta que quan tenia 8 o 9 anys ja ajudava els clients amb maletes. Per a ell, encara ara, arribar al pàrquing i que hi hagi uns clients que arribin amb unes maletes i anar a buscar un carro, carregar les maletes i ajudar-los no li costa absolutament res. També, anar a servir una cervesa, agafar una escombra i escombrar, si hi ha sorra a l'entrada, anar a treure un cotxe que s'ha enfonsat perquè la parcel·la està molla, anar a engegar un autocaravana perquè no arranca, etc., és part del seu dia a dia. Aquesta declaració mostra el seu profund compromís i dedicació al servei turístic, demostrant que encara manté la mateixa passió i entrega que quan va començar.

“Hem d'anar posant la temàtica al dia en funció de les necessitats del sector, tot i això, és molt més important crear-los actitud que coneixements”.

Característiques de l’oferta futura del càmping

El futur de l’oferta del càmping, segons Gotanegra, està marcat per tres pilars fonamentals: la sostenibilitat, la digitalització i la desestacionalització. Els càmpings a Catalunya ja estan treballant en aquesta direcció. Per exemple, fa més de 25 anys que es treballa en sostenibilitat, pràctiques respectuoses i en l’obtenció de certificacions ambientals. També, en termes de digitalització, els càmpings treballen per millorar l’experiència del client i l’eficiència operativa. Pel que fa a la desestacionalització, amb l’objectiu d’oferir serveis durant tot l’any, molts càmpings estan ampliant les seves temporades d’obertura. Això, considera Gotanegra, no només ajuda a atraure clients en èpoques menys concorregudes, sinó que també permet mantenir equips de treballadors més estables i qualificats. Aquesta estratègia és especialment rellevant en un context de canvi climàtic, ja que s’estan alterant els patrons turístics tradicionals.

Pel que fa als serveis i experiències, els càmpings es transformen en destinacions turístiques per si mateixes, oferint una àmplia gamma d’activitats i instal·lacions. Això inclou escoles de vela i busseig, equipaments esportius, programes d’animació i esdeveniments especials. Aquesta diversitat de l’oferta fa que els càmpings siguin atractius per a tot tipus de turistes, des de famílies fins a parelles i grups d’amics. En conclusió, Gotanegra considera que el futur del càmping a Catalunya té a veure amb una oferta de qualitat, sostenible

i innovadora. Creu que els càmpings han de continuar adaptant-se a les noves tendències i necessitats dels clients i assegurar-se que poden oferir experiències úniques i memorables. Per fer-ho, la combinació d’una gestió eficient, tecnologies avançades i un enfocament en la sostenibilitat garantirà que el sector continuï sent líder i atractiu.

“En els propers anys hi haurà un pas molt important cap a la sostenibilitat. Els càmpings del futur seran els grans parcs de turisme sostenibles del país”.

“El futur dels càmpings passa per la sostenibilitat, la digitalització i la vocació de servei”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Gotanegra comenta que el futur del sector del càmping està fortament influenciat pels canvis en el perfil dels campistes i les seves necessitats. Segons ell, el perfil del campista està evolucionant cap a un turista de major qualitat, que sovint prové del centre d’Europa. Aquests campistes tenen un poder adquisitiu més alt. Són persones que valoren la sostenibilitat, el paisatge, la cultura i la gastronomia local i que, en conseqüència, busquen experiències que integrin aquests elements.

Aquest tipus de turistes solen ser, també, respectuosos amb l’entorn i esperen serveis d’alta qualitat. La seva demanda se centra en instal·lacions ben mantingudes, activitats diversificades i una atenció personalitzada. A més, Gotanegra posa èmfasi en l’accessibilitat com un aspecte cada vegada més important, ja que molts campistes són persones grans que busquen destinacions que ofereixin seguretat i comoditats adaptades a les seves necessitats.

Pel que fa a la mobilitat, opina que la tendència és cap a una major flexibilitat i comoditat. Els campistes valoren la possibilitat de realitzar el check-in en línia, tenir accés a claus virtuals i gaudir de sistemes de pagament digital. A més, la digitalització està permetent una millor gestió dels recursos humans i l’optimització dels serveis, fent que l’experiència del campista sigui més fluida i agradable.

La desestacionalització és un altre factor clau en la demanda futura. Amb temperatures més suaus durant tot l’any, especialment a Catalunya, els campistes, a hores d’ara, ja busquen opcions per gaudir de les seves vacances fora de les temporades tradicionals d’estiu. Això no només ajuda a descongestionar els càmpings durant els mesos més calorosos, sinó que també permet una millor gestió dels recursos i una oferta més consistent durant tot l’any.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Segons Miquel Gotanegra, la sostenibilitat és un aspecte central per al futur dels càmpings. Des de fa més de 25 anys que els càmpings catalans treballen en la implementació de pràctiques respectuoses amb el medi ambient. Això inclou l’obtenció de certificacions com l’EMAS i les ISO 14001 i 9001, així com la implementació de sistemes de recuperació d’aigües i energia fotovoltaica, entre d’altres accions. La gestió de l’aigua és especialment crítica en un context de canvi climàtic, on la sequera i les inundacions són problemes creixents. Els càmpings han reduït el consum d’aigua en més del 50% durant els últims 20 anys. Això s’ha aconseguit mitjançant la recuperació d’aigües de pluja i de dutxes, així com la reutilització d’aigua per a sistemes de rec. A més, s’està treballant amb tecnologies com els filtres de cartutx per a piscines per minimitzar la necessitat de neteja freqüent.

La desestacionalització, comenta, també és una bona estratègia per donar resposta al canvi climàtic, ja que amb temperatures més agradables durant tot l'any, Catalunya es posiciona com una destinació atractiva per als campistes fora de les temporades altes tradicionals. Això, permet als càmpings operar durant tot l'any i oferir llocs de treball estables i atraure un turisme de qualitat.

Comenta que, a més de la gestió de l'aigua, molt important avui en dia, la sostenibilitat inclou l'eficiència energètica i la reducció de la petjada de carboni. Els càmpings ja fa temps que estan implementant sistemes d'energia fotovoltaica i altres tecnologies per reduir el consum energètic. La combinació d'aquests esforços no només fa que els càmpings siguin més sostenibles, sinó que també els fa més atractius per a un perfil de campista conscient amb el medi ambient.

En el futur del sector del càmping, la tecnologia i la digitalització juguen també un paper crucial. Segons Miquel Gotanegra, els càmpings estan adoptant tecnologies amb diferents objectius. Un exemple és la possibilitat de realitzar el check-in en línia i l'ús de claus virtuals, que faciliten l'arribada dels campistes i redueixen el temps d'espera. També s'estan implementant sistemes de pagament digital per simplificar les transaccions i oferir una major comoditat als clients. A més, la digitalització permet una millor gestió dels recursos humans i l'optimització dels serveis, això demostra la necessitat d'una formació contínua en noves tecnologies i plataformes de xarxes socials.

“Avui, ja pots arribar a un càmping fent el check-in online fent que la barrera s'obri quan entres, perquè ja tens la matrícula gravada i t'arribi la teva clau virtual perquè puguis entrar al teu allotjament”.

“La formació contínua i la polivalència són claus per al futur dels professionals del càmping”.

La sostenibilitat també es veu afavorida per la digitalització, amb la implementació de sistemes de gestió energètica avançada i l'ús de l'energia fotovoltaica. Això ajuda a reduir la petjada de carboni i a fer que els càmpings siguin més respectuosos amb el medi ambient. A més, la monitorització digital de l'ús de recursos com l'aigua permet una gestió més eficient i una reducció significativa del consum.

També, destaca que la intel·ligència Artificial està començant a jugar un paper clau en el sector. Per exemple, els sistemes de vigilància de piscines poden utilitzar IA per monitoritzar la seguretat i garantir que els estàndards de qualitat es compleixin. A més, els sistemes de control d'accessos digitals poden millorar la seguretat i l'experiència del client, i així permetre un accés fàcil i segur a les instal·lacions.

Perfil i demanda de professionals

El perfil dels professionals del sector del càmping està evolucionant per respondre a les noves necessitats i desafiaments. Gotanegra destaca que la vocació i la passió pel sector turístic són imprescindibles i han de ser la base de qualsevol que hi vulgui treballar. Considera que els treballadors han de gaudir de la seva feina per poder transmetre aquesta felicitat als clients.

Segons Gotanegra, a més de la vocació, altres habilitats i atributs importants inclouen la polivalència i la capacitat d'adaptar-se a les noves tecnologies. Els professionals han de ser capaços de gestionar diverses tasques, des de

l'atenció al client fins a la gestió de crisis. En els càmpings de mida mitjana o petita, els treballadors sovint han de tenir múltiples funcions, cosa que requereix aquesta gran capacitat d'adaptació.

La formació contínua és essencial per preparar els professionals del sector per aquests desafiaments. Gotanegra subratlla la importància de col·laborar amb institucions acadèmiques per garantir una formació adequada que respongui a les necessitats reals del mercat. Aquesta complicitat entre el sector empresarial i els centres de formació és crucial per mantenir la competitivitat del sector i per afrontar els reptes del futur.

També, comenta que els professionals del càmping han de ser capaços d'atendre les persones d'una manera exemplar, gestionar emergències i també tenir coneixements en xarxes socials i tecnologies digitals. La capacitat de formar-se constantment i d'acceptar nous reptes és fonamental per a l'èxit en aquest sector.

A més, Gotanegra destaca que el sector del càmping ofereix molts valors als seus treballadors. Treballar en aquest sector permet créixer professionalment i formar-se en diferents àrees, com la sostenibilitat, el territori, les xarxes socials i la gestió informàtica. La capacitat de crear i innovar dins del sector és un dels seus grans atractius.

Kevin Grande

*Professor a Excelia Business School,
La Rochelle (França)*



Biografia i Trajectòria Professional

Kevin Grande és actualment professor a l'Excelia Business School, a La Rochelle (França), especialitzat en el sector de l'hoteleria a l'aire lliure i el càmping. La seva trajectòria professional es caracteritza per una profunda implicació en el sector del càmping, on ha ocupat diverses posicions des d'animador fins a director administratiu i operatiu. Durant aquest temps, va dirigir establiments amb uns 350 mobil homes repartits en aproximadament 8-9 hectàrees, generant significatius ingressos durant els mesos d'estiu. Posteriorment, va continuar la seva formació acadèmica fins a realitzar un màster i finalment un doctorat a la Universitat de Girona, amb l'objectiu de desenvolupar eines d'ajuda a la decisió per a directors de càmping.

*“Kevin Grande
revela el futur
del càmping:
Tecnologia,
sostenibilitat i
formació per
una nova era
d'experiències a
l'aire lliure”.*

Durant la seva carrera acadèmica, va col·laborar amb els professors Laurent Botti i Nicolas Peypoch en el desenvolupament d'una startup anomenada Benchranking i l'eina d'anàlisi Ezeecamp. Aquesta iniciativa es va centrar en oferir diagnòstics i suport personalitzat a gestors de càmpings, amb l'ajuda de fons públics per accelerar les seves inversions. Aquesta transició cap al món acadèmic va coincidir amb la seva desvinculació a la gestió directa a establiments de càmpings, permetent-li concentrar-se en la recerca i l'assessorament.

Anècdota:
Grande explica que fa unes setmanes va parlar amb el CEO del grup Sunêlia vacances, i li va parlar del seu estudi que tenia per objectiu avaluar l'atractiu d'una xarxa de càmpings. Li va fer un paral·lelisme amb el grup Cités Paysages i Les Castels, dues cadenes destacades en el sector del càmping francès, que van decidir fusionar-se el 2019. Explica que arran d'aquesta fusió es va interessar per les diferències en els recursos i atractius de cadascun dels establiments, i es va plantejar si aquesta fusió seria viable des d'un punt de vista estratègic. Així que va avaluar tots els seus càmpings, un total de 40, i es va adonar que hi havia diferències significatives entre Cités Paysages, molt orientada a la natura i amb poques infraestructures, i Les Castels, que tenen molts recursos atractius i estan ubicats en castells. Es va preguntar si seria interessant entrevistar el nou dirigent de la marca resultant de la fusió, anomenada Le French Time, per entendre per què i com es va decidir fusionar aquestes dues entitats tan diferents en termes de recursos, i saber quines són les seves expectatives respecte als clients, les seves percepcions de l'entorn i els factors que els atreuen.

Característiques de l’oferta futura del càmping

Grande subratlla la necessitat d’adaptar les instal·lacions als nous contextos, i posa especial èmfasi al desenvolupament de programes pedagògics pel públic infantil, ja que en molts càmpings el servei que ofereixen té més el caire d’una “llar d’infants” sense oferir un contingut pedagògic substancial. Això ve donat en part per la manca d’una formació dels animadors, ja que disposen de molt poques eines pedagògiques. Suggereix la creació de programes educatius que integrin sostenibilitat i consciència ambiental. Aquest enfocament no només enriquiria l’experiència dels nens sinó que també respondria a una creixent preocupació per l’educació en valors mediambientals entre els pares.

Així mateix, Grande també pensa que cal reconsiderar el model de càmpings per permetre estades durant tot l’any, donat que moltes instal·lacions romanen inutilitzades fora de la temporada alta. Això podria ajudar a alleujar els problemes d’habitatge i contribuir a una major sostenibilitat del sector.

Característiques de la demanda futura del càmping

En el futur del sector del càmping, Grande preveu que les famílies continuïn essent les protagonistes en al càmping, però també apunta a un increment del nombre de viatgers individuals i les persones d’edat avançada. Davant aquests nou context, Grande ressalta que els càmpings hauran d’adaptar la seva oferta per atendre millor aquests grups, oferint paquets que facilitin la socialització i activitats ajustades a les seves necessitats, oferint experiències més immersives.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Grande aborda extensament els desafiaments i les oportunitats associats al canvi climàtic i la sostenibilitat dins el sector del càmping. Resalta la necessitat d’implementar pràctiques més sostenibles per gestionar recursos escassos com l’aigua, suggerint innovacions com sistemes de recollida d’aigua de pluja i reciclatge d’aigües grises. Aquestes mesures no només ajudarien a mitigar l’impacte dels càmpings en períodes de sequera, sinó que també podrien reduir la seva empremta ecològica global.

Així mateix, també remarca la contribució dels càmpings en la descarbonització mitjançant l’ús d’energies renovables, com la instal·lació de panells solars. En aquest sentit, Grande posa èmfasi en la necessitat de disposar d’instal·lacions per a la recàrrega de vehicles elèctrics, ja que estima que aquesta serà una tendència que afectarà la mobilitat dels clients de càmpings.

A més, Grande posa especial èmfasi a la importància de la desestacionalització en el futur del càmping. Estima que la desestacionalització no és només com a conseqüència natural derivada d’una extensió de la temporada turística, sinó una forma de poder aprofitar infraestructures infrautilitzades i satisfer la demanda latent fora de la temporada alta.

Segons el seu punt de vista, això pot ajudar a amortir els efectes econòmics de la fluctuació estacional i fer front a l'impacte del canvi climàtic, que pot alterar els patrons tradicionals de vacances.

Finalment, Grande remarca que la tecnologia i la digitalització són claus en el futur del sector del càmping. Especialment, la integració de solucions digitals per millorar la gestió dels càmpings i enriquir l'experiència dels campistes. Els mòbil-homes ultraconnectats, amb funcions com la televisió digital i sistemes de seguretat digitalitzats, són exemples d'aquesta tendència. A més, els sistemes de gestió de reserves i serveis a través d'aplicacions mòbils faciliten una major eficiència operativa i milloren la interacció amb els clients. També apunta que les tecnologies vinculades al Metavers o realitat augmentada tenen un gran potencial per la formació del personal, i en especial davant de situacions d'emergència com pot ser una inundació o un incendi, i que s'hauran d'anar incorporant.

“L’objectiu és formar directius de nivell de màster, perquè tinguin els coneixements per poder gestionar millor els càmpings i proposar un posicionament diferenciador”.

Perfil i demanda de professionals

Quant al perfil i la demanda de professionals en el sector del càmping, Grande emfatitza la necessitat de personal qualificat que pugui adaptar-se als canvis ràpids del sector, especialment en àmbits com la sostenibilitat, la gestió de riscos i la tecnologia. Observa una falta generalitzada de formació especialitzada que equipi els professionals amb les habilitats necessàries per afrontar aquests reptes.

A més, Grande menciona la importància de la formació en Responsabilitat Social Corporativa (RSC) i gestió ambiental, àrees en les quals considera que el sector està particularment endarrerit. Aquestes competències són essencials no només per a la gestió quotidiana dels càmpings, sinó també per a la seva capacitat de respondre a les expectatives cada vegada més ecològiques dels consumidors.

Sobre la formació acadèmica, suggereix que les universitats haurien d'integrar més contingut pràctic en els seus programes de formació, especialment a nivell de màster, per preparar millor als estudiants per a les realitats del treball en el sector del càmping. Aquesta formació ha d'incloure des de la gestió de la recepció i el manteniment fins a la comprensió profunda dels sistemes de gestió ambiental i de sostenibilitat.

Finalment, destaca la necessitat de professionals capaços de gestionar eficaçment tant el personal com els recursos tecnològics, un repte que serà crucial per al futur del sector. Segons Grande, l'educació ha de garantir que els futurs

professionals no només entenguin els aspectes tècnics de la gestió dels càmpings, sinó que també desenvolupin habilitats interpersonals i de lideratge essencials per inspirar i dirigir equips en un entorn dinàmic i cada vegada més complex.

Ralph Heinze

CEO Servicios Turísticos Heinze Latzke



Biografia i Trajectòria Professional

Ralph Heinze és el CEO de Servicios Turísticos Heinze Latzke, una empresa familiar que es dedica a la representació dels principals mitjans de comunicació europeus especialitzats en el sector del càmping i l'assessorament estratègic i de mercat dins d'aquest sector. Fa uns 24 anys que Heinze ha pres el relleu, continuant amb el llegat dels seus pares, tot i que ja de ben jove va començar a treballar a l'empresa familiar.

“Ralph Heinze destaca la innovació i sostenibilitat com a claus per al futur del sector del càmping”.

Anècdota:

Heinze recorda com el seu pare va començar en el món del càmping durant els anys 50, quan tot just arribaven els turistes estrangers a la Costa Brava i demanaven als pagesos si podien plantar la tenda una o dues nits. Poc a poc els pagesos van veure una oportunitat de negoci, i com que el seu pare parlava anglès i alemany va emprendre en aquest sector on quedava tot per fer i estava ple d'oportunitats per a professionalitzar-lo.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Heinze anticipa que els càmpings hauran de millorar les seves infraestructures per adaptar-se a les noves tendències del mercat i exigències de la demanda. En aquest sentit, veu tres grans fronts en els quals el càmping del futur haurà d'apostar.

En primer lloc, Heinze preveu que a mitjà-llarg termini els càmpings hauran d'oferir parcel·les més grans amb serveis específics dins la mateixa parcel·la, com per exemple sanitaris individuals, internet d'alta velocitat, a un preu que no sigui excessiu. Tal com exposa, aquesta és una tendència que ja es comença a entreveure en alguns països, com França, tot i que de forma incipient.

En segon lloc, pel que fa als allotjaments de lloguer, Henze estima que els càmpings hauran d'adaptar-se a les expectatives dels nous campistes que busquen experiències més còmodes i semblants a les que ofereixen els hotels, per exemple, oferint la neteja diària del bungalou, servei d'habitacions i servei personalitzat.

Finalment, Heinze exposa que el vehicle elèctric, tant turisme com vehicle recreatiu, s'està imposant en el mercat, i molt especialment en els països del nord d'Europa, això implica que els càmpings hauran de fer la instal·lació de punts de recàrrega per facilitar que els clients amb aquest tipus de vehicles puguin recarregar durant la nit.

Característiques de la demanda futura del càmping

El perfil del campista està canviant significativament, segons Ralph Heinze. Els nous segments de mercat que estan emergint mostren que els campistes busquen no només una simple estada en un càmping sinó una experiència completa que pugui incloure comforts similars als d'un hotel. Amb l'auge del *glamping*, els càmpings s'obren a un públic que busca experiències diferenciades i còmodes, integrant natura amb serveis Premium. Aquesta nova demanda prové de persones acostumades a altres formes d'allotjament com hotels o apartaments que ara busquen noves experiències en entorns naturals. Tanmateix, segons Heinze, aquest tipus de client és més difícil de fidelitzar que el client de càmping tradicional.

Heinze també remarca que les necessitats de la demanda van molt arrelades al seu país de procedència i són de caire cultural, de manera que és indispensable conèixer-les per tal de poder-se anticipar. Així doncs, posa l'exemple del campista Holandès que espera una parcel·la molt ben delimitada, vegetació cuidada i activitats d'oci pels nens; mentre que el campista Alemany prefereix una parcel·la molt espaiosa i sanitaris nets i confortables.

En termes de mobilitat, hi ha una disminució en la propietat de vehicles entre els joves, juntament amb una clara tendència a cercar un major nombre d'experiències durant l'any però amb estades més curtes. Tenint en compte aquesta situació,

s'entreveu un repte pels càmpings durant els propers 15 anys, de manera que hauran d'oferir productes adaptats a aquesta nova demanda, per exemple a través d'acords amb empreses per facilitar el lloguer dels vehicles recreatius.

“La digitalització és imparable ja. No implementar la digitalització en un càmping és quedar-se totalment enrere”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Heinze afirma que el futur del càmping es caracteritza per una creixent sostenibilitat i adaptació als nous estàndards ecològics i tecnològics. La pandèmia ha accentuat la importància de la natura, la qual cosa ha fet que els càmpings adoptin pràctiques més sostenibles. A més, l'increment del cost de l'energia i la menor disponibilitat d'aigua són factors que estan impulsant als càmpings a ser més eficients i respectuosos amb el medi ambient, fent diversos tipus d'inversions.

Així mateix, Heinze considera que el canvi climàtic, juntament a les noves tendències de viatge, faran que els càmpings hagin de considerar obrir durant més mesos a l'any. Per fer front aquest canvi de tendència, els càmpings hauran adaptar les seves instal·lacions per acollir visitants també en temporades menys càlides, i hauran d'adaptar les seves instal·lacions, per exemple escalfant l'aigua de les piscines, o disposar de més àrees cobertes per activitats durant temps de pluja o fred.

Pel que fa la digitalització del sector, Heinze considera que és un altre punt clau i imprescindible. En aquest sentit, apunta que si no es fa una digitalització efectiva del sector càmping poden quedar-se enrere. Es preveu, doncs, una major implementació de tecnologies que facilitin diverses funcions, des de la reserva fins a la gestió diària dels càmpings, amb aplicacions i programaris que millorin l'experiència del client

i optimitzin la gestió dels recursos. De fet, posa molt d'èmfasi en el fet de poder oferir un servei personalitzat amb elevats graus de valor afegit.

Perfil i demanda de professionals

Heinze destaca la creixent necessitat de professionals qualificats en el sector del càmping. Amb l'evolució del sector cap a serveis més sofisticats i la creixent importància de la sostenibilitat i la tecnologia, els perfils professionals requerits en els càmpings estan canviant. Es necessiten persones amb habilitats en gestió turística, sostenibilitat, operacions de càmping, i competències tecnològiques.

A més, Heinze assenyalava la necessitat de desenvolupar programes de formació universitària especialitzats en sector de càmpings i amb un contingut pràctic important, per tal que puguin aportar valor al incorporar-se al món laboral. A més, remarca la importància de la formació contínua del personal per adaptar-se a les noves exigències del mercat i mantenir un alt nivell de servei. Els càmpings, com moltes altres àrees del sector turístic, requereixen un personal que no només entengui les operacions diàries sinó que també pugui gestionar situacions complexes i ofereixi un tracte excel·lent al client.

Frank Jacobs

Manager Business Development a ACSI



Biografia i Trajectòria Professional

Frank Jacobs està vinculat al sector turístic des de finals dels anys 80. Va començar treballant en la creació de guies de viatges, experiència que li va proporcionar una base sòlida en el coneixement de diverses destinacions turístiques. Amb el temps, cada vegada més, i des de fa més de 25 anys, que s'ha especialitzat en el sector del càmping. Jacobs s'ha centrat últimament en el desenvolupament de nous productes per als càmpings i la cooperació internacional en aquest sector. La seva experiència inclou la interacció amb organitzacions i empreses de càmpings a tot Europa. Des del seu rol actual com a director de desenvolupament de negoci d'ACSI, s'ha centrat més en aquestes tasques i en vendes, és a dir, en la part comercial dels negocis i en el contacte amb aquests. A més, com a campista experimentat, Jacobs aporta una perspectiva i opinió personal sobre el futur dels càmpings a Catalunya. És coneixedor dels càmpings de Catalunya, on hi ha realitzat diferents estades tant professionals com personals.

"Frank Jacobs, sobre la transformació del sector del càmping: des de la digitalització fins a l'enfocament en la qualitat i la sostenibilitat".

Amb els anys d'experiència, Gotanegra ha estat clau en l'expansió i la innovació del càmping familiar, n'ha multiplicat la seva superfície per quatre i hi ha implementat una filosofia de millora constant.

Amb una formació sòlida i una passió per la feina, Gotanegra destaca per la seva capacitat de lideratge i el seu enfocament en la sostenibilitat i la qualitat dels serveis.

Anècdota:
Com a anècdota, comenta que va visitar els càmpings de Catalunya el 2020, just a l'inici de la pandèmia de COVID-19 i que, lògicament, era uns dels pocs campistes holandesos a la zona en aquell moment. En aquell període d'incertesa, va oferir-se com a intermediari, tant a propietaris de càmpings com a l'Associació de Càmpings de Girona, per tal de donar consell i resposta als canvis derivats de les restriccions de la pandèmia al seu país, Països Baixos, considerat un dels principals mercats emissors per als càmpings de Catalunya.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Frank Jacobs comenta diverses tendències i adaptacions de l'oferta del càmping que ja s'estan observant i que es preveuen per al futur.

Jacobs dona importància present i futura a la qualitat en l'oferta i considera que aquesta qualitat no sempre implica productes i serveis de luxe, sinó que també pot estar basada en una bona gestió dels serveis i infraestructures. Això implica una inversió continua per tal de donar resposta a unes expectatives de la demanda cada vegada més enfocades a aquests als nivells de qualitat. En aquest sentit, pensa que les grans inversions que s'han fet en els càmpings a Catalunya han posicionat el sector entre els millors d'Europa per el seus alts nivells de qualitat. També comenta que Catalunya és un lloc on conviuen grans càmpings costaners amb petits càmpings familiars de l'interior, i això dóna una riques i complementarietat molt important per l'economia i el territori.

Jacobs considera que l'atractiu de Catalunya, però, va més enllà i que hi ha un bon treball a nivell de destinació per tal de fer-ho veure. Per exemple, creu que l'Agència Catalana de Turisme està fent bona feina per tal de promocionar la destinació.

Finalment, Jacobs assenyala la importància de l'adaptació a les noves realitats del mercat, com l'increment dels visitants amb autocaravanes que busquen flexibilitat i independència durant les seves estades, suggerint que els càmpings podrien beneficiar-se de crear zones especialitzades per a aquests tipus de turistes, així com de fomentar una comunicació clara sobre les normes i regulacions.

“Hi ha càmpings que tenen personal contractat durant tot l’any, perquè hi ha moltes tasques que necessiten fer durant l’hivern, ja que tenen manteniment, planificació de nous projectes, etc...”

Característiques de la demanda futura del càmping

Frank Jacobs identifica diverses tendències emergents en la demanda d'acampada prevista per al futur. Observa canvis tant en els campistes tradicionals, que reserven una parcel·la, com en els que prefereixen l'allotjament de lloguer dins del càmping. Més gent opta per comprar vehicles com autocaravanes i caravanes, considerant-los com a inversions a llarg termini que donen suport a un estil de vacances més autònom i orientat a la natura. Mentrestant, també hi ha un nou grup d'hostes que aprecia el luxe i els allotjaments glamurosos, glamping, alhora que es troben al lloc perfecte per a unes vacances en família: el càmping.”

També, Frank Jacobs destaca l'augment de l'interès per les estades en càmpings entre els turistes domèstics, sobretot arrel de la pandèmia. En general, considera que hi ha d'haver un equilibri entre tots aquests perfils de campistes i que les destinacions turístiques han considerar-los a tots. Això, però, és un repte, ja que implica un creixement que s'ha de gestionar correctament. Tot i així, pensa que Catalunya està fent bé aquesta feina i que s'està mantenint un bon equilibri. Jacobs també subratlla la diversificació del perfil dels campistes. Existeixen diferents tipus de campistes segons les seves preferències i necessitats. Per exemple, famílies que busquen càmpings grans amb activitats per a nens, campistes actius interessats en senderisme o ciclisme que prefereixen càmpings més petits, i els campistes que viatgen en temporada baixa durant períodes prolongats.

"Frank Jacobs, les bones estratègies de màrqueting seran imprescindibles pel posicionament dels càmpings".

La mobilitat és un altre aspecte clau, amb un augment significatiu dels viatgers que utilitzen autocaravanes, que busquen la independència i llibertat durant les seves vacances. S'ha d'entendre que aquest grup no sempre voldrà allotjar-se a un càmping, ja que s'hauran de desplaçar amb l'autocaravana i es mouran per les diferents destinacions que vulguin visitar. El que és important, doncs, per tal de gestionar-ho és tenir unes normes i comunicar-les correctament i clarament.

Això planteja el repte per als càmpings d'adaptar-se a aquesta tendència, per exemple, creant zones especialitzades per a autocaravanes amb serveis bàsics, com electricitat, però sense accés a altres instal·lacions del càmping. Això pot ser suficient per a ells, ja que no s'estan molts dies al mateix lloc. En definitiva, creu que s'ha de ser positiu amb aquest col·lectiu i incloure'ls, ja que també són potencials campistes repetidors. La solució, segons ell, també implica el paper de l'administració de deixar clar què està permès i què no i ser estrictes en aquest sentit.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Jacobs considera el canvi climàtic com una realitat molt incerta que ningú sap cap a on avançarà. Considera que ja està afectant el sector del càmping, especialment en termes de temperatures extremes i canvis en els patrons de precipitacions. Aquestes condicions extremes afecten la demanda i, òbviament, el funcionament dels càmpings, ja

que períodes de calor intensa o de sequera extrema poden dissuadir els visitants d'anar a una destinació o alterar la gestió dels recursos naturals dels càmpings.

Sobre la sostenibilitat, Jacobs assenyala que el sector del càmping té una oportunitat per liderar en pràctiques sostenibles, ja que els campistes són particularment sensibles a l'entorn natural. Això inclou la gestió eficient de recursos com l'aigua i l'energia, i la implantació de mesures per reduir l'impacte ambiental, com el foment de la biodiversitat i la reducció de residus.

Considera que la desestacionalització és un fet i que també pot ser una conseqüència directa d'aquest canvi climàtic. En aquest sentit, creu que la capacitat d'operar fora dels mesos d'estiu pot ajudar els càmpings a mitigar l'impacte del canvi climàtic, aprofitant temperatures més suaus fora de temporada per atraure visitants. Això, però, considera que requereix una adaptació en termes de recursos humans, amb necessitat de personal durant més mesos de l'any, i possiblement també adaptacions d'infraestructura per assegurar el confort dels visitants durant períodes més freds o més calorosos.

Frank Jacobs posa èmfasi en la creixent importància de la tecnologia i la digitalització dins el sector del càmping. Això és important, per exemple, pel fet que cada vegada més famílies i gent jove vol anar de càmping. El comportament d'aquesta gent més jove, segons ell, és molt diferent del campista tradicional. Per exemple, l'ús de les tecnologies

per tal de buscar informació i fer una reserva els diferencia completament. Això es manifesta, doncs, en l'adaptació de l'oferta i en la creixent digitalització en diversos aspectes que van des de la reserva en línia fins a la gestió dels serveis del càmping. Destaca la necessitat d'adoptar plataformes que facilitin la reserva i el control de les instal·lacions a través dels dispositius mòbils, com ara aplicacions que permetin als usuaris reservar parcel·les, activitats o fins i tot menjar directament des del seu telèfon. També, considera que falten plataformes de reserva comunes que facilitin les reserves ja que molts càmpings a Catalunya encara només comercialitzen els seus productes i serveis a través de la seva pàgina web o a través del telèfon. Això, segons ell, no només millora l'experiència del client, sinó que també optimitzaria les operacions i podria conduir a una millora de l'eficiència general dels càmpings.

Segons Jacobs, encara que el sector és innovador en alguns aspectes, com en la sostenibilitat i el control dels recursos, encara queda molt camí per recórrer en termes de implementació de la tecnologia per a l'optimització de l'experiència del campista. És cert, però, que la digitalització no només ha de centrar-se en la millora de l'experiència del client, sinó també en la gestió i operació dels càmpings, cosa que pot incloure, per exemple, la gestió de la infraestructura tecnològica bàsica com a xarxes Wifi i els sistemes de seguretat. En aquest sentit, segons Jacobs, el sector del càmping està més avançat i és més innovador.

“Crec que una de les estratègies més importants per a un càmping és el màrqueting, assegurant-se que els campistes trobin els càmpings més adequats a les seves necessitats”.

Perfil i demanda de professionals

En general, Jacobs subratlla la importància d'invertir en educació i formació en gestió de càmpings i destaca la necessitat de preparar professionals capaços de respondre als reptes del futur, incloent-hi la gestió de la sostenibilitat i l'adaptació al canvi climàtic. Això pot incloure formació específica en tecnologies sostenibles i pràctiques de gestió ambiental adaptades al sector del càmping.

Frank Jacobs descriu una necessitat creixent de professionals ben formats i adaptats a les demandes modernes del sector del càmping. El perfil dels professionals necessaris en el futur inclourà habilitats en tecnologia, màrqueting digital, gestió d'allotjaments, sostenibilitat, etc. El sector requereix una diversitat de competències que van des de la gestió operativa dels càmpings fins a habilitats més especialitzades com la gestió de recursos naturals i la implementació de pràctiques sostenibles.

Jacobs menciona que l'educació contínua és essencial per a aquests professionals, ja que el sector està evolucionant ràpidament. Creu que els programes de formació, els graus universitaris i fins i tot màsters relacionats amb la gestió del turisme haurien d'incloure mòduls específics en gestió de càmpings, a més de proporcionar una base sòlida en principis de sostenibilitat i tecnologia aplicada.

A més, destaca la importància de la formació pràctica, proposant que els cursos incloguin experiències en els

càmpings que permetin als estudiants aplicar els seus coneixements en entorns reals, preparant-los millor per a les exigències del treball diari en un càmping. Jacobs també assenyala que el sector podria beneficiar-se de programes de formació continuada que ajudin als professionals en actiu a actualitzar les seves habilitats i adaptar-se a les noves tecnologies i a nous models de gestió i de negoci.

Finalment, Jacobs expressa la necessitat de que els càmpings i les institucions educatives col·laborin estretament per alinear els currículums arrel de les necessitats reals del sector, garantint així que els nous professionals estiguin ben preparats per enfrontar-se als desafiaments i aprofitar les oportunitats que presenta el sector del càmping en el futur.

Joaquim Majó

Degà de la Facultat de Turisme, Universitat de Girona (UdG/2016-2024)



Biografia i Trajectòria Professional

Joaquim Majó, degà de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona (2016-2024), té una trajectòria acadèmica i professional distingida i és un referent en l'àmbit del turisme. Va començar la seva carrera fa diverses dècades, en una època en què els càmpings eren considerats una forma de turisme de baix cost, orientats principalment a famílies i grups que buscaven una alternativa econòmica als hotels. Al llarg de la seva trajectòria, ha observat l'evolució significativa dels càmpings, que han passat de ser simples àrees d'acampada a convertir-se en veritables complexos turístics de vacances amb una àmplia gamma de serveis i comoditats. Els càmpings han jugat un paper important en la promoció i modernització del sector, i han participat en fires i esdeveniments per captar turistes i promoure Catalunya com a destinació de càmping d'alta qualitat. Joaquim Majó ha estat un defensor de la sostenibilitat i la integració de tecnologies innovadores en els càmpings.

A nivell acadèmic, ha contribuït a la inclusió de l'estudi dels càmpings en els plans educatius universitaris per assegurar que les noves generacions de professionals del turisme estiguin ben preparades per gestionar aquests establiments.

“Joaquim Majó: càmpings de Girona: models de sostenibilitat i competitivitat”

Anècdota:

Durant la seva carrera, Joaquim Majó va viure una experiència diferent a l'esperada en un petit càmping a França, prop de Puy du Fou. Aquest càmping no tenia res a veure amb els grans complexos turístics que havia conegut abans. Era un càmping molt petit, perdut enmig de res, gairebé sense recepció, fet que contrastava amb altres models de gestió dels complexos més grans i ben equipats. Majó buscava un allotjament prop de Puy du Fou i va acabar trobant aquest càmping a uns 50 quilòmetres de distància. No buscava activitats específiques, només un lloc on dormir. Aquesta decisió el va portar a experimentar un tipus de càmping que normalment no hauria triat, en aquest lloc va trobar un lloc bàsic i senzill que, tot i no ser el que esperava inicialment, oferia una perspectiva diferent on es podia tenir més coneixement del funcionament real del càmping.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Majó considera que els càmpings han experimentat una notable transformació en la seva oferta durant els últims anys, una tendència que es preveu que continuï en el futur. Antigament, els joves anaven a aquests llocs per gaudir d'estades llargues de fins a 15 dies i buscaven una alternativa al sedentarisme. Avui en dia, el concepte de càmping ha evolucionat: les visites són més breus i, de ser vistos com una opció econòmica, han passat a oferir infraestructures luxoses amb nombrosos serveis addicionals. Majó sosté que els càmpings han d'adaptar-se a diversos tipus de públic, tot i que critica la visió que alguns empresaris del sector mantenen actualment. A partir de la pandèmia COVID-19, hi ha hagut una variació en la percepció dels càmpings i s'han atret nous visitants que anteriorment no els consideraven com una alternativa de vacances, i és aquí on els gestors han de posar atenció per generar activitats que puguin atraure a aquests nous públics.

“Els càmpings s’han convertit en uns complexos turístics de vacances”.

D'altra banda, creu que la sostenibilitat i la gestió eficient dels recursos han de ser prioritaris per als administradors d'aquests espais, que conviuen en entorns naturals. A Catalunya, alguns bungalows ja tenen integrats l'ús de plaques solars i una gestió més eficient de l'aigua. Majó argumenta que aquestes pràctiques haurien d'expandir-se a molts més càmpings.

Un dels reptes que Majó destaca és la desestacionalització de l'oferta. Fa anys que s'ha proposat que aquests establiments puguin estar oberts durant tot l'any, però són pocs els que ho fan a causa dels costos operatius o la falta d'interès. En aquest sentit, Majó assegura que els càmpings podrien crear ofertes atractives en temporada baixa, com ara esdeveniments durant els mesos menys càlids o viatges d'estudis durant l'hivern per atreure nous públics i dinamitzar l'economia de la zona. A més, assenyala la importància de comptar amb transport públic accessible per facilitar l'arribada de visitants als càmpings. De fet, hi ha exemples de zones de càmping que tenen gran acollida per la facilitat d'accedir-hi mitjançant el transport públic.

Pel que fa a la competitivitat internacional, Majó subratlla que els càmpings a Girona són exemplars i altament competitius, no tant per la implementació d'infraestructures, com per exemple bungalows, sinó per haver mantingut la seva essència i tenir una clara concepció de la conservació del medi ambient. Segons Majó, aquesta tendència hauria de mantenir-se a tot Catalunya en el futur.

“El redescobrimment dels càmpings post-pandèmia: Una nova era de turisme”

Característiques de la demanda futura del càmping

Majó observa que la demanda en el sector del càmping està en constant evolució i assenyala diversos factors que poden influir en el seu desenvolupament futur. En primer lloc, menciona que la pandèmia ha canviat significativament la percepció dels càmpings. Abans, molts turistes, especialment els turistes de l'estat espanyols, percebien els càmpings només com a llocs per a autocaravanes o tendes de campanya. No obstant això, s'han adonat que els càmpings poden oferir experiències de vacances completes, similars a les dels complexos turístics, amb comoditats modernes i una major connexió amb la natura.

Majó també destaca que la tendència dels joves ha canviat. Anteriorment, els joves solien fer llargues estades en un càmping, mentre que ara prefereixen moure's més i no romandre en un sol lloc durant tant de temps. Aquesta evolució indica una demanda més dinàmica i menys sedentària. A més, els càmpings estan veient un augment en l'interès per part de les famílies, la qual cosa suggereix que el mercat familiar està en creixement i es converteix en un segment clau a considerar.

Un altre aspecte important és l'especialització dels càmpings. Majó suggereix que aquells càmpings que s'especialitzin i atenguin mercats específics, com ara els joves o les famílies, podran tenir un recorregut exitós. Per exemple, els càmpings orientats a famílies han d'oferir serveis i activitats adequades per a aquest públic.

“A la universitat hem de formar persones amb consciència amb el medi ambient, amb la sostenibilitat, etc., i que sàpiguen quines eines es poden utilitzar per aconseguir-ho, així com usar les dades d'una manera eficient per poder prendre bones decisions”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

En termes de sostenibilitat, Majó subratlla que els càmpings estan adoptant diverses mesures per ser més ecològics. Per exemple, molts càmpings ja utilitzen plaques solars per generar electricitat i alguns fins i tot produeixen més energia de la que necessiten. No obstant això, s'enfronten a reptes a causa de les limitacions de la infraestructura elèctrica espanyola, que no permet connectar l'excedent d'energia a la xarxa, raó per la qual no poden donar l'energia a altres zones. A més, la gestió eficient de l'aigua i la correcta separació i reutilització de residus són pràctiques cada vegada més comunes en els càmpings, la qual cosa reflecteix un compromís amb la sostenibilitat ambiental.

Pel que fa a la tecnologia i la digitalització, Majó observa que molts càmpings ja estan utilitzant tecnologies que milloren l'experiència del client i l'eficiència operativa. Les eines més representatives són els sistemes de control d'accés, geolocalització mitjançant polseres i la comercialització digital. Majó assenyala que l'ús d'aquestes tecnologies és beneficiós per a la gestió diària i també permet un major control i personalització de l'experiència de l'usuari. No obstant això, destaca que hi ha una disparitat en l'adopció d'aquestes tecnologies, ja que els establiments més grans i amb més recursos tendeixen a estar més avançats en comparació amb els més petits.

A més, Majó menciona la importància d'adaptar-se a les necessitats canviants del públic. A mesura que el turisme sostenible guanya popularitat, la demanda de càmpings que puguin oferir experiències ecològiques, sostenibles i responsables augmentarà. Això implica implementar tecnologies verdes i crear productes i serveis que puguin atraure turistes conscienciats pel medi ambient. De fet, els càmpings que adoptin pràctiques sostenibles i tecnologies innovadores estaran millor posicionats per satisfer les expectatives dels nou turisme i mantenir-se competitius en un mercat en constant evolució.

“Els càmpings, des de fa molt temps, han apostat per la sostenibilitat amb el tema de l'aigua”.

“Joaquim Majó sobre l'evolució del turisme a càmpings: de tendes de campanya a complexos turístics de luxe”

Perfil i demanda de professionals

Segons Majó, les necessitats formatives i les habilitats requerides pels professionals del càmping estan canviant i diversificant-se. Destaca que, tot i que els càmpings necessiten treballadors amb bones habilitats d'atenció al client i coneixement d'idiomes, aquestes no són les úniques competències importants. En lloc de centrar-se únicament a formar personal per a rols immediats com a recepcionistes o responsables d'operacions, Majó defensa una formació més integral i polivalent.

Majó insisteix en la importància de preparar els futurs professionals amb una consciència ambiental sòlida i un coneixement profund de la sostenibilitat. Això vol dir que els professionals han de saber quines eines i tècniques es poden utilitzar per gestionar els recursos de manera eficient i minimitzar l'impacte ambiental. A més, la capacitat de manipular i analitzar dades és cada vegada més important a l'entorn laboral, ja que els càmpings generen una gran quantitat d'informació relacionada amb l'ocupació i l'ús de les instal·lacions, i és essencial poder interpretar aquestes dades per a la presa de decisions estratègiques.

Pel que fa a habilitats específiques, els futurs professionals han d'aprendre a gestionar queixes i conflictes amb els clients de manera efectiva. També subratlla la importància de formar els professionals en la gestió d'equips de treball, ja que és un aspecte rellevant per a qualsevol posició de lideratge dins del sector. Majó també assenyala que és vital

que els professionals del càmping siguin versàtils i capaços d'adaptar-se a diferents rols i responsabilitats. Aquesta polivalència permet als càmpings operar de manera més flexible i eficient.

“La desestacionalització només passa perquè s'obrin establiments”.

Pere Marquès

Director del Grup Sènia



Biografia i Trajectòria Professional

Pere Marquès és un empresari profundament arrelat en el sector del càmping, amb una trajectòria professional marcada per una llarga herència familiar en el negoci. El seu primer contacte amb aquest sector va començar fa 54 anys quan la seva família va obrir el seu primer càmping. Marquès va formar-se va fer un MBA a ESADE, que van preparar-lo per assumir la direcció del negoci familiar.

Posteriorment, Marquès va assumir la posició de director general, guiant l'expansió del grup, que ara compta amb 7 càmpings i més de 3.500 parcel·les. La seva visió ha estat no només de creixement sinó també de professionalització de la gestió dels càmpings.

“El futur del càmping: innovació i sostenibilitat al cor de la visió de Pere Marquès per al Grup Sènia”.

Anècdota:
Marquès recorda amb emoció el canvi radical que es va produir a l'empresa familiar quan van adquirir el càmping Cala Gogó el juny del 2015. En aquell moment disposaven de 3 càmpings, 1 de mitjà i 2 de més aviat petits, i adquirir-ne un que doblava la talla del negoci familiar era una opció arriscada que calia avaluar de forma curosa. Amb retrospectiva valora molt positivament la decisió presa, marcant un abans i un després en la història del grup.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Pere Marquès posa èmfasi en el fet que el càmping del futur ha de ser més sostenible i adaptat a les necessitats de les noves demandes dels consumidors. Destaca especialment en dotar l'oferta de confort d'una forma àmplia en tots els aspectes de l'establiment de càmping, essent aquest un fet encara poc estandarditzat en el sector.

Així mateix, Marquès remarca que els allotjaments fixes tipus bungalou són una oportunitat per poder dotar-los d'una major qualitat i serveis, de manera que tendiran a ser allotjaments més similars als hotels. En aquest sentit, destaquen serveis de restauració com mitges pensions i pensions complertes, o la neteja diària de les unitats d'allotjament.

Segons Marquès, l'ampliació de l'oferta de serveis també passa per la restauració, incrementant l'oferta gastronòmica amb cuina internacional, de més qualitat i variada; però també per oferir més espai disponible per ús individual.

Finalment, Marquès ha destacat la importància d'integrar els càmpings en els planejaments urbanístics, reconeixent el seu valor econòmic i ambiental. Ha advocat per una regulació que permeti una major expansió i millora dels serveis. Tot i això, Marquès es lamenta que la normativa actual és excessivament restrictiva en alguns aspectes, com pel que fa al nombre d'unitats d'allotjament fixes, fet que limita el creixement d'aquesta tipologia d'allotjaments. No obstant

això, confia que les lleis actuals s'adaptaran eventualment a les necessitats del sector, permetent així un desenvolupament més coherent i sostenible.

“Jo crec que el més important en el nostre sector és la vocació de servei. Entendre que estem aquí per fer feliços a la gent i això t’ha de fer feliç a tu”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Segons Marquès, en el futur, la demanda del client de càmping experimentarà diversos canvis impulsats per tendències socials, econòmiques i culturals; fet que suposarà un repte pel sector.

Un dels principals factors serà l'augment del turisme domèstic, especialment entre catalans i bascos, tot i que el turisme internacional, particularment d'holandesos, seguirà essent predominant per a molts càmpings. La pandèmia de COVID-19 ha accentuat certes preferències, però la tendència ja s'havia iniciat amb anterioritat.

Marquès preveu que els clients valoraran cada vegada més el contacte amb la natura i la individualitat durant les seves vacances. Els càmpings oferiran una alternativa atractiva a la vida urbana i digital, permetent als clients gaudir de temps de qualitat amb les seves famílies en entorns naturals, sense les imposicions d'horaris estrictes i regles formals. Aquesta preferència per una experiència més autèntica i menys estructurada reflectirà una necessitat creixent de desconnexió de la vida quotidiana i de les pantalles.

Així mateix, a mesura que augmenta l'interès per la natura, Marquès considera que també es valoraran més les comoditats que pugui oferir el càmping, tot i que no s'espera que els clients busquin luxes extrems. Aquesta tendència ja s'està observant amb clients que viatgen amb turismes o

autocaravanes de gamma alta, però la seva expectativa és principalment de gaudir de l'entorn natural.

Marquès també remarca que hi haurà diferències en funció de la localització dels càmpings. Els càmpings propers a Barcelona o a la costa tindran una demanda diferent dels situats en zones més interiors o de muntanya. La proximitat al mar continuarà sent un factor clau per a molts turistes, especialment per als alemanys, mentre que altres nacionalitats com els holandesos i suïssos podrien tenir preferències diferents.

Finalment, Marquès apunta que els càmpings hauran de continuar gestionant possibles incompatibilitats entre diferents tipus de clients, com els turistes temporals i els residents fixes en aquells càmpings que acullen ambdós tipus de clients. També hi haurà desafiaments a nivell de convivència, especialment en destinacions conegudes per l'oci nocturn, on els interessos de les famílies amb nens petits i els joves, buscant festa, poden ser contraposats.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Marquès veu imprescindible la implementació d'iniciatives sostenibles que van en consonància a les tendències socials, però també necessàries per atenuar els impactes de l'activitat dels càmpings, sense oblidar els seus beneficis per a millorar la rendibilitat del càmping.

Segons Marquès algunes de les accions que es poden fer des dels càmpings i que ells ja han aplicat són l'estalvi d'aigua, la producció d'energia solar i la recollida selectiva de residus. També la minimització del rec amb vegetació autòctona o que requereixi poca aigua.

Pel que fa al canvi climàtic, Marquès reconeix que aquests factors estan començant a tenir un impacte significatiu sobre el sector del càmping. La necessitat d'adaptar-se a condicions meteorològiques canviants i més extremes, com les inundacions i les sequeres, és un tema recurrent. En aquest sentit, Marquès reconeix que el canvi climàtic podria alterar els patrons de vacances tradicionals, proporcionant oportunitats per atraure visitants fora de la temporada alta, tot i que això requerirà canvis significatius en l'organització laboral i escolar que actualment defineixen els períodes de vacances. Per tant, d'alguna manera el canvi climàtic pot contribuir a la desestacionalització de la demanda durant els mesos d'estiu.

Marquès posa especial èmfasi en la importància de la tecnologia i la digitalització del càmping, destacant que són elements clau per a l'adaptació a les necessitats canviants dels clients i per a la millora de la gestió interna. En el cas concret del grup Sènia, exposa que s'han implementat diverses solucions tecnològiques que permeten una millor interacció amb els clients i una gestió més eficient dels recursos.

Una de les principals innovacions tecnològiques implementades és l'ús d'un sistema de pagaments mitjançant xips en braçalets, que facilita les transaccions dins dels càmpings i millora l'experiència dels usuaris en permetre un control més gran sobre les despeses personals. A més, el grup ha començat a utilitzar algoritmes propis per a la gestió de preus i la previsió de demanda, una pràctica coneguda com Revenue Management. Aquestes pràctiques seran les que poc a poc aniran incorporant les empreses del sector.

Perfil i demanda de professionals

En el context laboral, Marquès expressa una clara necessitat de professionals que no només posseeixin habilitats tècniques específiques, sinó que també mostrin un fort compromís amb el servei al client i la capacitat de treballar en un entorn dinàmic i sovint canviant. El perfil ideal dels treballadors del futur haurà de combinar competències tècniques amb una alta vocació de servei, essent capaços de comprendre profundament les necessitats dels clients i respondre-hi efectivament.

La formació contínua ha de ser un dels pilars en el sector de càmping. És per aquest motiu que des del grup Sènia fan formacions que no només abasten l'entrenament en competències bàsiques requerides per cada rol, sinó que també inclouen formació en idiomes i especialitzacions que els permeten adaptar-se a les diverses situacions que poden sorgir en el dia a dia del càmping. Això es complementa amb l'ús de sessions de formació pràctica per assegurar que el personal estigui ben preparat per afrontar els reptes específics del sector turístic.

Un aspecte destacat per Marquès és la importància de fomentar un entorn on els treballadors se sentin valorats i participis dels objectius generals del negoci. Es busca que els treballadors no només executin les seves tasques, sinó que també aportin idees i suggeriments per a la millora continua, amb l'objectiu d'incrementar la satisfacció del client i l'eficiència operativa.

Xavier Martín Tost

Arquitecte i professor universitari



Biografia i Trajectòria Professional

Xavier Martín és arquitecte i professor a ETSA La Salle, de la Universitat Ramon Llull. Va realitzar la seva tesi doctoral, titulada “Arquitectura del turisme informal. El càmping com a model d’ocupació temporal en el paisatge litoral de Catalunya” (2018), tot i que el seu contacte amb el sector ja venia de temps enrere en la seva feina d’arquitecte a un despatx, on alguns dels projectes ja tenien el càmping com a protagonista. Actualment és professor universitari d’arquitectura i paisatgisme i forma part del grup de recerca IAM, d’Investigacions en Arquitectura i Mediterrània, on segueix investigant el sector dels càmpings sobretot en destinacions mediterrànies.

“Si els càmpings treballen junts en les grans decisions, les que afecten al paisatge i la relació amb el municipi, hi tenen molt a guanyar”.

“Xavier Martín: l’arquitecte que redefineix el càmping com a espai sostenible i flexible”.

Anècdota:
De ben petit, Xavier Martín ja tenia contacte amb el món dels càmpings, ja que anava cada any amb la seva família. Recorda la felicitat que sentia al arribar al càmping i veure el cartell de l’entrada i com allà l’esperaven amics que ja considerava com una segona família. Això, segons ell, és la base i diferenciació dels càmpings, ja que considera que és molt bonic que la varietat de persones que s’hi troben, amb demandes i necessitats tan diferents, puguin crear vincles, contactes i sinèrgies i acabin formant part de la vida dels altres més enllà del càmping.

Característiques de l’oferta futura del càmping

Xavier Martín destaca que l’oferta de càmpings s’ha vist marcada per un creixement i millora en la seva infraestructura. Tot i així, aquesta evolució ha fet que el càmping hagi deixat de concebre’s amb la finalitat de rendibilitat i, per tant, densificat, a un espai on sentir-s’hi bé.

Segons Martín, l’entorn natural és clau en aquesta oferta, així com ho són les necessitats i preferències canviants de la demanda. Així doncs, molts dels propietaris i gestors de càmpings cada vegada tenen més informació sobre els seus clients i donen millor resposta a les seves necessitats. Per exemple, arrel d’aquests canvis en preferències i necessitats,

les parcel·les són cada vegada més grans, els espais comuns estan més equipats, les activitats que s’ofereixen i la infraestructura es pensen amb la idea que hi hagi un contacte més proper amb la natura, etc.

Martín també comenta que la normativa i els tràmits administratius, en ocasions, fan que aquesta adaptació i evolució sigui més difícil i lenta. Així mateix, considera que hi ha d’haver una acció coordinada per tal que el desenvolupament del sector es faci de manera ordenada i sistemàtica.

Per tal de poder avançar, segons Martín, seria important tenir en compte les diferents entitats dins del sector. Creu que en el sector del càmping a Catalunya hi ha un associacionisme molt important i que, per tant, aquestes associacions són i han de seguir sent exemples i guies per als càmpings.

Per a Martín, els càmpings són molt flexibles i tenen una gran capacitat d’adaptació i això ho veu personalment en els projectes amb els quals treballa any rere any.

“El nivell de reducció o d’estalvi energètic passa per plantejar molt bé una arquitectura que funcioni en el lloc i amb el paisatge”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Per a Martín, existeixen diferents tendències en la demanda que s’hauran de tenir en compte de cara al futur. Per exemple, el fet que les activitats demandades canviïn any rere any arrel de noves preferències i necessitats, el sorgiment de noves formes de mobilitat com els patinets, etc. Això fa que els càmpings hagin de ser àgils a l’hora d’adaptar-se a aquests canvis.

També, creu que hi ha dos grans tipologies de turista de càmpings: els que busquen un confort en les seves estades i que, per tant, optaran per opcions de glamping, mobile homes, o bungalows i que voldran estar en contacte amb la natura; i aquells que són usuaris itinerants i que viatgen amb furgonetes, etc. que no s’estaran tants dies al càmping i que, per tant, buscaran uns serveis més bàsics. En tot cas, Martín considera que la solució és que el càmping sigui un espai flexible on hi puguin conviure tots.

En relació a les necessitats específiques del client d’autocaravana que actualment està utilitzant les àrees d’autocaravanes, creu que algun dia acabaran anant a un càmping, ja sigui per la seva localització o per una altra raó relacionada amb els seus serveis, com el restaurant, les piscines, etc. Considera que no tothom hi voldrà tenir el seu “camp base”, però que s’hauria de poder complementar i donar cabuda a tothom. La creativitat i l’oferta de serveis diferenciada, segons ell, serà clau per poder fer-ho.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Martín considera que el càmping, fins al moment, ha funcionat molt bé amb el sistema de guaret, és a dir, tal com passa amb els cultius, no explotant-lo durant uns mesos l’any per tal que pugui reposar el terreny i regenerar-se. És a dir, fins ara funcionava bé utilitzar el terreny a l’estiu i deixar-lo recuperar a l’hivern. Tot i així, creu que el canvi climàtic ha canviat i seguirà canviant aquests usos i, per tant, en canviarà els patrons d’estacionalitat. Per tant, per a ell, la resposta podria estar basada en l’ús del terreny tot l’any, però no igual d’intensament. Per tant, seria bo allargar la temporada però d’una manera equilibrada i obrint-se a nova oferta fora de temporada, potser basada en colònies o turisme de negocis.

Pel que fa a la sostenibilitat, creu que s’ha de ser innovador en la gestió de residus i reciclatge i anar més enllà de l’ús estàndard de contenidors. També, creu que la sensibilització és i serà clau per tal d’avançar de manera sostenible i tenir un millor impacte en el territori. I és que, per naturalesa, els càmpings són grans en territori i això genera un cert impacte que, només de manera conjunta entre institucions, associacions i gestors de càmpings, es podrà gestionar correctament. En els seus projectes, per exemple, veu que quan el municipi guia correctament es pot millorar en la gestió de residus, etc.

Pel que fa a la tecnologia, considera que hi ha exemples que fa temps que ja s’implementen al sector, com és el cas de l’ús de la domòtica per tal de controlar certs paràmetres com les persianes, l’aire condicionat, la llum, etc. Tot i així, creu que en aquests casos el problema no és tant en el fet d’implementar-la, sinó en el seu ús, ja que molts usuaris no tenen el coneixement necessari per tal de fer-la servir. Per tant, segons ell, s’ha de fer el possible per tal de simplificar-ne el seu ús, ja sigui a través d’automatitzar-ho tot més o a través de limitar-ne els paràmetres amb els quals puguin interactuar.

També, Martín destaca la importància de la intel·ligència artificial i com pot ser la base de coneixement i informació sobre patrons per tal de ser més sostenibles, per exemple.

Perfil i demanda de professionals

Segons l’opinió de Xavier Martín, la demanda de professionals en aquest àmbit està marcada per necessitat de sensibilitat per l’entorn, com a fet diferenciador dels càmpings i la resiliència, com a capacitat clau en un sector contínuament canviant. Han de ser capaços, doncs, de preveure els canvis, d’adaptar-s’hi, de reconèixer opcions de millora, de tenir capacitat crítica, etc.

Així mateix, considera que s’han de canviar les dinàmiques en el procés d’aprenentatge, on els estudiants passen a ser el centre del procés amb un rol completament actiu en aquest

procés. Els professors, per tant, passen a ser acompanyants i guies en aquest procés per tal que puguin gestionar correctament la informació, les dades i el coneixement, escollir les millors eines, identificar fonts fiables, etc.

Per a Martín, el perfil necessari en un futur serà aquell que s’encarregui de la gestió de les dades i que en faci ús i les analitzi per tal de preveure el que vindrà. Així mateix, aquell que pugui tractar les dades de manera integrada i que per tant, pugui relacionar tot allò s’analitzi a nivell de càmping amb aquelles tendències identificades en dades a nivell local, regional o, fins i tot, nacional.

“Hem de sensibilitzar i portar a terme activitats de reutilització de residus dins el mateix càmping”.

Manel Ortiz

Director General de SEPTEO a Espanya i Portugal



Biografia i Trajectòria Professional

Manel Ortiz és el director general de SEPTEO a Espanya i Portugal, una empresa dedicada a oferir solucions tecnològiques al sector del càmping. La seva trajectòria comença fa 28 anys quan, juntament amb altres tres companys, va decidir enfocar-se en aquest sector, en aquell moment molt poc desenvolupat tecnològicament. Van començar la seva aventura empresarial amb l'objectiu de digitalitzar els càmpings, una novetat en un sector on predominava l'ús de mètodes tradicionals com el paper i bolígraf.

El camí professional d'Ortiz és divers quan a objectius empresarials, des del desenvolupament del producte, passant per objectius més financers per poder créixer en el seu moment, fins a projectes nous en el seu moment com SequoiaSoft. Aquesta etapa va estar marcada per la col·laboració amb altres empreses del sector, com la unió de SequoiaSoft amb Mastercamping, que ha reforçat la seva capacitat i d'aquí ha nascut SEPTEO Hospitality, on treballa actualment.

És una empresa que treballa amb altres sectors com l'hoteler, però sempre han mantingut la particularitat

“Manel Ortiz revela com la tecnologia està transformant i seguirà transformant el sector del càmping”.

del càmping. Actualment, per donar resposta a diferents necessitat és important tenir infraestructura, treballar en la ciberseguretat, poder avançar en intel·ligència artificial i poder-la aplicar al sector..

Anècdota:
Una anècdota interessant que Manel Ortiz comparteix durant l'entrevista fa referència a com va començar tota la seva relació amb el sector del càmping, quan ell i tres companys van fer una societat per tal de poder desenvolupar tecnologia per a aquest sector. Amb això van poder fer arribar la tecnologia al càmping, facilitar el processament de les dades, de la gestió del client, etc. Posteriorment, arrel del que el client necessitava, van crear un sistema de control d'accessos, van implementar la venda per internet, entre d'altres transformacions que han anat llançant al mercat durant anys.

Aquesta anècdota il·lustra la sorpresa i incredulitat inicial que va causar la implementació d'aquestes tecnologies en un sector llavors tan tradicional com el del càmping.

Característiques de l'oferta futura del càmping

En l'aspecte de l'oferta futura, Ortiz destaca la contínua evolució de les experiències de càmping mitjançant la incorporació de tecnologia avançada. Segons ell, es pensa més enllà del moment que el client és el càmping i es té en compte tot el customer journey, és a dir des del moment que la persona pensa fer un viatge.

La digitalització ha permès simplificar processos com les reserves en línia, que ara representen una major proporció de les transaccions en comparació amb les reserves directes. A més, la companyia està explorant l'ús de la Intel·ligència Artificial per millorar l'atenció al client i la gestió interna dels càmpings. Això ho inclou tot, des de la gestió de la seguretat i l'accés fins a oferir experiències personalitzades als clients basades en el coneixement profund dels seus gustos i necessitats. Aquest ús de la Intel·ligència Artificial és un interrogant damunt la taula en molts sentits, ja que no se sap en aquest moment com podrà arribar a transformar els càmpings. Es pregunta on com la introducció de la Intel·ligència Artificial canviarà el que entenem com a càmping avui en dia.

Explica com l'estructura peculiar del sector del càmping fa que s'hagi d'actuar diferent també. Fins fa poc, era un sector molt familiar, on les mateixes famílies que explotaven els negocis eren els propietaris dels terrenys. Per aquest motiu, no necessitaven moltes dades o informació. Recentment,

però, considera que s’han produït canvis en l’estructura del mercat que fan que aquest comportament també sigui diferent i tinguin més necessitat de recollir i explotar aquestes dades. Per exemple, s’han de tenir en compte les dificultats dels nous entrants, les diferents adquisicions, com amortitzar les inversions que es van fent, etc.

Ortiz també destaca la transformació física dels càmpings. Considera que ja no semblen els mateixos negocis i reflexiona sobre el futur del sector, indicant que la tecnologia i la innovació jugaran rols clau en la definició de l’experiència de càmping del futur, fent-la més accessible, còmoda, i en última instància, més atractiva per a una àmplia gamma de clients potencials.

“Fa 28 anys ens podien tractar de bojos perquè amb 3 companys vam voler fer tecnologia per càmpings quan encara hi havia molt poca tecnologia i tothom anava amb el paper i el bolígraf”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Manel Ortiz descriu un canvi significatiu en el perfil dels campistes, provocat per la innovació i la diversificació en el sector. Afirmar que el sector del càmping és un mercat de demanda i on el creixement de l’oferta està limitat. Hi haurà adaptació de preus, exigència de qualitat, una comercialització més tecnològica, etc.

En el sector dels càmpings feia anys que es deia que no hi havia renovació de clients. Però ara hi ha una transformació important. Comenta que pels canvis en la comercialització, s’ha observat una major captació de clients que, de no ser per la comoditat que ofereixen aquestes noves vies de comercialització, potser no considerarien el càmping com una opció. Alguns d’aquests seran clients accidentals i no tornaran, però d’altres sí i que potser acabaran reservant de manera directa al càmping. Aquest nou grup ha de conviure amb els clients de sempre i això, per tant, planteja un repte. Ortiz destaca l’adaptació a aquests canvis com a clau per atendre eficaçment la nova demanda. Per exemple, destaca la importància de la tecnologia en el fet de fer perfils del turista i, per tant, descobrir qui hi ha darrere de cada reserva. Si el sistema té el perfil de necessitats i preferències de tota la família, serà capaç de crear una experiència adaptada a cada perfil. Adaptar, doncs, l’experiència de l’usuari per mitjans tecnològics serà clau.

En definitiva, considera que com que el perfil dels campistes ha evolucionat des d’un grup homogeni cap a un de més divers, amb diferents expectatives i necessitats, la tecnologia serà clau per donar resposta a les necessitats de tothom. Els nous sistemes de gestió permetran, doncs, que els càmpings ofereixin serveis personalitzats i que millorin, per tant, l’experiència del client no només durant la seva estada, sinó també abans i després.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

En relació al canvi climàtic i la sostenibilitat, Ortiz reconeix l'impacte significatiu que aquests factors tenen sobre el sector del càmping. La utilització de tecnologies que permeten un consum més eficient dels recursos és crucial. Per exemple, els sistemes de gestió energètica ajuden a minimitzar el consum d'electricitat i aigua, alhora que optimitzen l'ús de fonts d'energia renovables. La tecnologia, per a ell, doncs, és clau per poder mesurar consums, però també per saber com actuar de manera sostenible. La tecnologia aporta mesura i gestió de les decisions, doncs, en aquest sentit.

Destaca les diferents demandes que reben de gestors i propietaris de càmpings per tal de trobar-hi una solució fent ús de la tecnologia. Per exemple, comenta el problema que està generant l'ús del cotxe elèctric, ja que l'endollen directament a la xarxa general. Això és un problema no només pel consum, sinó també per la capacitat de les línies. En aquest cas, SEPTEO ha treballat en projectes per donar solucions a la gestió d'aquest vehicle elèctric.

En resum, el futur del sector del càmping, segons Ortiz, està marcat per una adaptació constant als canvis en les preferències dels consumidors i als desafiaments globals com la consciència ambiental per avançar cap a un futur més sostenible.

“El que hem de fer és escoltar el client perquè si nosaltres inventem, inventem, podem inventar el que vulguem però no ho utilitzaran”.

Perfil i demanda de professionals

En relació amb la demanda de professionals, Manel Ortiz esmenta que hi ha una manca molt important de persones per treballar al sector i que la Intel·ligència Artificial podria contribuir a solucionar aquest problema.

Comenta que la transformació digital del sector del càmping també ha impactat en el perfil i la demanda de professionals necessaris. Per a ells, per una banda, cada vegada és més important que els treballadors tinguin una experiència de servei al client perquè saben com tractar-los i són empàtics. Per altra banda, també és important el coneixement més tècnic.

En aquest sentit, doncs, Ortiz subratlla la importància de tenir professionals que combinin coneixements tècnics amb una forta orientació cap al servei al client. Persones que hagin treballat en posicions de cara al públic són especialment valorades perquè aporten una comprensió profunda de les necessitats dels clients. Aquests professionals són capaços de traduir problemes tècnics en solucions pràctiques i eficaces que millorin directament l'experiència del client.

Addicionalment, Ortiz posa èmfasis sobre la necessitat d'educació i formació continuada per als professionals del sector, per tal de mantenir-se al dia amb els avenços tecnològics i les millors pràctiques en gestió dels càmpings. Destaca la importància de la tècnica davant de la tecnologia. Finalment, destaca perfils que venen d'una formació

més de turisme com a perfils clau dins de les empreses tecnològiques del sector, ja que tenen una bona capacitat de gestió, flexibilitat i plasticitat mental, adaptació, capacitats comunicacionals, etc.

“És un sector molt amable, fa goig i és agradable treballar amb el sector del càmping”.

Xavier Pascuet

Consultor d’innovació i sostenibilitat turística



Biografia i Trajectòria Professional

Xavier Pascuet és un professional amb una àmplia trajectòria en el sector turístic i tecnològic. Originari de Barcelona, es va traslladar a Mallorca fa 20 anys, on va començar a treballar en la transformació digital d'empreses, principalment en l'àmbit turístic. Politòleg de formació, Pascuet ha ocupat càrrecs rellevants en l'administració pública, incloent el de Director General de Turisme a l'ajuntament de Calvià i en el Consell Insular de Mallorca, gestionant la principal destinació turística de les Illes Balears.

Després de la seva experiència en l'administració pública, va tornar al sector privat, centrant-se en la sostenibilitat i digitalització del turisme. La seva incursió en el sector del càmping va ser a través d'una col·laboració amb l'associació hotelera, on va començar a assessorar en temes de digitalització i sostenibilitat. Actualment, col·labora amb l'Associació de Càmpings de Girona, que representa una part molt significativa del turisme a la regió, amb 74 associats (el 81% dels càmpings de les comarques de Girona) amb gairebé 100.000 places i més d'11 milions d'estades turístiques.

“D’aparcaments de caravanes a complexos turístics sostenibles: la visió de Xavier Pascuet pels càmpings”

El seu enfocament es centra en la innovació tecnològica i la sostenibilitat, buscant posicionar el càmping com una opció de turisme regeneratiu i d'alta qualitat.

Anècdota:
Xavier Pascuet explica com es va endinsar en el món del càmping gairebé per casualitat, coneixent en Miquel Gotanegra a través de la intervenció d'un amic comú. Aquella trobada va ser un punt d'inflexió en la seva carrera. Pascuet va ser convidat a impartir una conferència sobre sostenibilitat i digitalització en una trobada de l'associació hotelera. La conferència, que tractava el futur del turisme amb vista a l'any 2050, buscava fomentar l'adopció de pràctiques sostenibles i l'ús de tecnologies emergents per millorar la gestió turística. La ponència va tenir un gran impacte, fins al punt que van sorgir bromes i comentaris espontanis que Pascuet descriu com un “flechazo” amb el sector. A partir d'aquest primer contacte, va començar a treballar estretament amb el sector del càmping com a assessor en temes de digitalització i sostenibilitat.

“El càmping no és una activitat de tenda de campanya, de gent de pocs recursos, no és un subproducte o una sèrie B del turisme. El càmping ja està a la Champions. Són mega complexos turístics amb una important palanca de sostenibilitat que ofereixen una opció de vacances cada vegada més gran i diversificada”.

Característiques de l’oferta futura del càmping

El futur del càmping està sent modelat per la innovació tecnològica i la sostenibilitat, dos eixos que s’han convertit en diferencials crítics en l’oferta turística actual. Davant d’un consumidor cada vegada més informat i exigent, que utilitza la tecnologia no només abans i durant el seu viatge, sinó també com a mitjà per socialitzar les seves experiències, els càmpings han d’adaptar-se ràpidament per mantenir la seva competitivitat. En aquest sentit, els càmpings han de fer ús de la tecnologia per conèixer millor els seus clients, prendre millors decisions de gestió i màrqueting, i oferir experiències sense interrupcions tecnològiques. Els càmpings del futur estan evolucionant de simples aparcaments de caravanes a complexos turístics complets que ofereixen una àmplia gamma de serveis, incloent entreteniment, restaurants, botigues i activitats recreatives en entorns naturals.

La sostenibilitat és un altre pilar fonamental en aquesta visió futura, ja que els campistes actuals, especialment aquells que viatgen en caravanes, són altament conscients del seu consum energètic i de la gestió de residus, la qual cosa impulsa els càmpings a adoptar pràctiques ecològiques avançades. Més enllà de les tecnologies i la infraestructura, el concepte de sostenibilitat en els càmpings també abasta dimensions econòmiques i socials. S’espera que aquests llocs no només siguin ambientalment responsables, sinó que també ofereixin bones condicions laborals i contribueixin al benestar econòmic local. En aquest sentit, es preveu que

els càmpings actuïn com a catalitzadors de creixement fora de temporada, aprofitant canvis en el mercat laboral que afavoreixen modalitats de treball més flexibles i remotes.

Addicionalment, la gestió dels càmpings està començant a reflectir una preocupació per deixar un impacte positiu al territori, alineant-se amb els principis del turisme regeneratiu. Això vol dir que els càmpings han de centrar-se en deixar el territori en millors condicions de les que el van trobar, promocionant un impacte positiu en l’entorn i la comunitat local. Aquesta estratègia s’alinea amb el concepte de desestacionalització, que busca que els establiments operin fora de la temporada alta. Pascuet menciona que, degut a canvis en el mercat laboral i el clima, hi ha un potencial significatiu per atreure visitants en temporades menys tradicionals. En conseqüència, els càmpings poden esdevenir una palanca de creixement en fomentar visites fora de temporada, la qual cosa també beneficia els negocis locals i l’economia de la zona.

Finalment, un aspecte important és que el càmping es caracteritza per tenir menys intermediaris que altres sectors turístics, la qual cosa permet una major venda directa, més beneficis per a la localitat i la fidelització del client.

“ El sector del càmping a Europa és molt asimètric. Al Regne Unit hi ha un tipus de càmpings, a Suècia n’hi ha un altre, en determinats països hi ha més aparcaments de caravanes i altres tenen una regulació més flexible”.

“Smart Campings: la combinació perfecta de tecnologia i sostenibilitat segons Xavier Pascuet”

Característiques de la demanda futura del càmping

Pel que fa a les característiques de la demanda, Pascuet menciona que els clients actuals i futurs del càmping són cada vegada més conscients de la sostenibilitat i busquen destinacions que practiquin i promoguin la gestió eficient de recursos com l’aigua i l’electricitat, així com la correcta gestió de residus. Aquests clients valoren la sostenibilitat com un compromís ambiental i com un factor decisiu en la seva elecció de destinació.

A més, Pascuet destaca la importància de la personalització de les experiències. Els campistes del futur no només busquen experiències adaptades als seus interessos particulars, com el turisme esportiu o gastronòmic, sinó que també desitgen que aquestes experiències siguin profundament personals i úniques. Per a això, els càmpings hauran d’adaptar-se a aquestes demandes oferint no només allotjament, sinó també activitats que promoguin la sostenibilitat i la regeneració de l’entorn. En aquest sentit, la tecnologia jugarà un paper rellevant en aquest aspecte, permetent als càmpings conèixer millor els seus clients a través dels seus hàbits, comportaments i patrons de despesa, per oferir-los serveis i productes més adequats a les seves preferències individuals.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

En relació amb el canvi climàtic i la sostenibilitat, Pascuet menciona que els càmpings han de ser líders en pràctiques sostenibles, ja que els clients són cada vegada més conscients i exigents respecte a l'impacte ambiental de les seves eleccions turístiques. El debat sobre el canvi climàtic a Europa s'ha inclinat cap a una estratègia d'adaptació més que no pas de mitigació, assenyalant la necessitat urgent de preparar-se per enfrontar les seves conseqüències immediates. En aquest context, es defensa la construcció d'infraestructures com murs de contenció i altres mesures per fer front a l'elevació del nivell del mar i l'increment de fenòmens meteorològics extrems.

Reflexionar sobre els efectes del canvi climàtic no només és rellevant per a la gestió ambiental, sinó que també influeix en sectors econòmics clau com el turisme. Els càmpings no només adopten mesures de sostenibilitat avançades, sinó que també innoven en la seva gestió i ofereixen nous formats com el glamping, que combina l'experiència del càmping tradicional amb comoditats modernes, tot i que sempre amb un ull crític cap a la qualitat i sostenibilitat de les instal·lacions. En aquest sentit, els càmpings tenen l'oportunitat d'educar als visitants sobre la gestió eficient de recursos com l'aigua i l'energia, i han de promoure el turisme regeneratiu.

Pel que fa a la tecnologia i la digitalització, Pascuet descriu els “Smart Campings” com l'evolució moderna i el futur dels càmpings tradicionals, ja que integren tecnologia avançada per oferir una experiència turística sense interrupcions, permetent als gestors conèixer millor els seus clients a través de la recopilació i anàlisi de dades sobre els seus hàbits, comportaments i patrons de despesa. Aquesta informació permet personalitzar les ofertes i serveis per adaptar-se millor a les preferències individuals dels campistes.

Pascuet destaca que la digitalització dels processos interns és essencial per a la gestió eficient dels càmpings. Per això, l'adopció de sistemes de gestió de propietats (Property Management Systems) facilitarà l'administració dels recursos i serveis del càmping, millorant la presa de decisions i optimitzant l'ús de recursos. La tecnologia també juga un paper crucial en les pràctiques de màrqueting, permetent campanyes més segmentades i efectives que es dirigeixen als clients de manera més precisa i oportuna.

En aspectes de sostenibilitat, els “Smart Campings” estan dissenyats per minimitzar l'impacte ambiental, ja que implementen sistemes avançats per a la gestió de l'aigua i l'electricitat i promouen la correcta separació i compostatge de residus. A més, aquests “Smart Càmpings” aborden la sostenibilitat econòmica i social, utilitzant la tecnologia per professionalitzar el sector. Això es tradueix en millors condicions de formació i treball per al personal, contribuint a un entorn laboral més equitatiu i al desenvolupament econòmic del territori.

“Espanya com a líder en turisme sostenible: la visió de Xavier Pascuet per al sector del càmping”

Perfil i demanda de professionals

El sector del càmping enfronta una creixent demanda de professionals qualificats, la qual cosa ressalta la importància d'una formació contínua i una major professionalització del personal. Segons Pascuet, el perfil ideal dels treballadors en el sector del càmping està compost per una combinació d'habilitats tècniques i una comprensió profunda del negoci. Els professionals han de ser capaços de fer un “zoom out” per veure el negoci en la seva totalitat, entendre la seva aportació específica i com aquesta contribueix a l'engranatge general del càmping. Aquesta capacitat de tenir una visió ampla és necessària per a tots els nivells d'empleats, des del personal de manteniment fins als directius.

És essencial que les universitats i centres de formació tècnica revisin i actualitzin els seus plans d'estudis per alinear-los més estretament amb les necessitats del mercat laboral actual, que està marcat per ràpids avanços tecnològics i expectatives canviant de els consumidors. La formació ha d'incloure no només els coneixements teòrics sinó també englobar competències pràctiques que s'ajustin a les realitats diàries dels treballs en càmpings, com la gestió d'instal·lacions, l'atenció al client en entorns naturals, i la implementació de pràctiques sostenibles. Això implicaria una col·laboració més estreta entre la indústria i les institucions educatives, assegurant que els plans d'estudi no només siguin rellevants, sinó també proactius davant les tendències futures.

“A Espanya som referents en el món turístic, i s'hauria de ser de pioners en exportar el coneixement que tenim i marcar tendències”.

Josep Maria Pla

Propietari del Càmping les Medes



Biografia i Trajectòria Professional

Josep Maria Pla és un destacat empresari del sector turístic, especialitzat en l'àmbit del càmping. Va estudiar tècnic d'empreses d'activitats turístiques a l'Escola Ferran Agulló de Girona. Tot i provenir d'una família dedicada a la construcció, Pla va decidir canviar de rumb i endinsar-se en el sector turístic. El 1985, juntament amb la seva esposa, la família de la qual tenia un hotel, van començar la seva trajectòria professional en el sector dels càmpings després de canviar l'hotel pel que llavors van batejar com a Càmping Les Medes. Degut a aquesta oportunitat en aquell moment, han gestionat aquest mateix càmping, situat a L'Estartit, des d'aleshores i l'han anat renovant i millorant contínuament durant gairebé quatre dècades.

Des del 2009 fins el 2013 va ser President de l'Associació de Càmpings de Girona, i des del 2013 n'és el Vicepresident. Des del 2009 fins el 2017 va ser President de l'Estació Nàutica l'Estartit Illes Medes i des de 2015 és membre de la Junta Directiva representant del sector Turístic de la Junta Central d'Usuaris d'Aigües del Baix Ter.

“Josep Maria Pla: l'autenticitat i la natura són claus al càmping”

Sota el seu lideratge, el Càmping Les Medes ha aconseguit destacar pel seu compromís amb la sostenibilitat i la qualitat, esdevenint un dels pocs càmpings petits a Espanya reconeguts per l'ADAC com a “Superplätze”, és a dir, amb les 5 estrelles. Pla ha implementat diverses millores tecnològiques i ambientals al càmping, incloent-hi la gestió eficient de l'aigua i l'energia, i la digitalització de serveis per als clients. A més, ha mantingut el càmping obert durant tot l'any des del 1996, atraient principalment turistes estrangers.

Anècdota:
Una de les anècdotes més memorables per a Josep Maria Pla i el seu equip va ser la visita del conseller Felip Puig l'any 2000. Aquest esdeveniment va tenir lloc quan el càmping va obtenir la certificació mediambiental EMAS, convertint-se en un dels primers càmpings a Europa a rebre aquesta prestigiosa certificació. La visita del conseller va ser un reconeixement públic a l'esforç i compromís del Càmping Les Medes amb la sostenibilitat i la gestió ambiental. Pla recorda amb satisfacció aquesta visita, ja que va ser un moment clau per al càmping, reconeixent-se i posicionant-se com un referent en pràctiques mediambientals.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Pla destaca el creixent interès en autocaravanes, especialment en països com Alemanya, França i els Països Baixos, on cada any es venen desenes de milers d'aquests vehicles. En aquest context, l'oferta dels càmpings ha de tecnificar-se per atendre a aquest important segment de mercat, que estan adaptant els seus espais per a les autocaravanes i implementant serveis sanitaris individuals.

Segons Pla, l'oferta futura del càmping ha de promoure la implementació d'infraestructures modernes i ben equipades. Els campistes d'avui en dia busquen parcel·les àmplies i còmodes que abans no eren comunes en els càmpings. Serveis com sanitaris privats, punts de connexió elèctrica eficients i opcions d'entreteniment dins del càmping es converteixen en elements essencials per atreure una clientela que valora el confort. La sostenibilitat és una preocupació creixent entre els campistes i Pla fa èmfasi en la importància d'adoptar pràctiques sostenibles. Per això, els gestors han de generar mecanismes per realitzar una gestió eficient de l'aigua i l'electricitat, així com implementar tecnologies que permetin un control rigorós del consum de recursos. Pla menciona la instal·lació de comptadors digitals en cada parcel·la per mesurar i controlar el consum d'electricitat, amb l'objectiu de millorar l'eficiència energètica i educar els campistes sobre el seu impacte ambiental.

Pla també destaca la importància d'oferir una varietat d'activitats que atreguin diferents tipus de clients. Des de rutes en bicicleta fins a activitats aquàtiques i de submarinisme, el càmping ha de proporcionar opcions que enriqueixin l'experiència del campista i fomentin una major estada al lloc. Pla observa que molts campistes són repetidors que valoren una relació personal i un servei adaptat a les seves necessitats. Per tant, els càmpings haurien de generar estratègies per incentivar el retorn, com descomptes per a clients fidels o recompenses per a aquells que realitzin un consum responsable de recursos durant les seves estades.

D'altra banda, un dels principals reptes als quals s'enfronten els càmpings són les complicacions derivades de les normatives en la gestió i expansió d'aquests establiments, i en destaca la burocràcia i les restriccions imposades per aquestes regulacions. Pla ressalta les dificultats per obtenir aprovacions de llicències i la necessitat de constants ajustos en els projectes a causa de canvis freqüents en la normativa, la qual cosa limita la capacitat dels càmpings per millorar o expandir-se eficientment. En aquest sentit, la relació amb les autoritats i la gestió de permisos també presenta certs desafiaments. Les llicències per a ampliacions o noves instal·lacions poden trigar anys a ser aprovades, si és que s'aconsegueixen, la qual cosa limita la capacitat del sector per respondre a les necessitats canviants dels campistes moderns.

“Hem intentat fer-ho al màxim de bé, som un cas una mica especial perquè som un dels 16 “Superplätze” de l'ADAC. Som el més petit d'Espanya, tots són de primera línia i grans nosaltres no estem ben bé a primera línia i som petits”.

“Pla: La fidelització del client és essencial per a l'èxit del càmping”

“Càmping Les Medes: pioner en certificació mediambiental a Europa”

Característiques de la demanda futura del càmping

Pla comenta que el perfil del campista està canviant, amb un augment significatiu en la venda d'autocaravanes, especialment en països europeus com Alemanya, França i els Països Baixos, tot això derivat del creixent interès en la demanda comentat anteriorment. Aquesta demanda emergent exigeix una major infraestructura en les zones de càmping, com ara parcel·les ben equipades i espaioses, amb serveis sanitaris individuals. A més a més, considera que tot i que el càmping tradicional té encara el seu encant, la tendència s'orienta cap a un turisme més luxós dins del càmping, i els clients que, per exemple, posseeixen autocaravanes estan disposats a pagar més per aquestes comoditats.

A més, Pla emfatitza la importància de la sostenibilitat, ja que els campistes estan cada cop més preocupats per l'impacte ambiental de les seves estades. Per això, és necessari implementar estratègies per a una gestió eficient de l'aigua i l'electricitat, així com educar els clients sobre el consum d'aquests recursos. L'autenticitat i el contacte amb la natura seguiran sent elements valorats, per la qual cosa és important evitar la massificació i preservar l'entorn natural.

La diversificació d'activitats és una altra característica important derivada dels canvis en la demanda futura. Pla menciona que els campistes busquen, cada vegada més, experiències diverses que enriqueixin la seva estada. Finalment, comenta que la fidelització dels clients és

essencial, ja que molts campistes són repetidors. Per tant, és imperatiu oferir una relació personal i serveis adaptats a les seves necessitats, així com descomptes per fidelitat o recompenses per a clients que siguin respectuosos amb l'entorn.

“El client d'hotel és diferent. Volta més i visita més... El turisme rural potser és el que s'assembla més a nosaltres”.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Pla subratlla la importància crítica de la sostenibilitat en l'oferta futura del càmping. Des del seu punt de vista, la gestió eficient dels recursos naturals és fonamental per satisfer els campistes conscients del medi ambient. Pla menciona que, des de l'any 2000, el Càmping Les Medes va implementar un sistema de Gestió Ambiental segons el Registre EMAS i la Norma ISO 14001, la qual cosa va ser molt innovadora en aquella època. Per tant, la sostenibilitat és una tendència que ha de ser tractada en els propers anys pels gestors.

Pla afirma que la preocupació per l'entorn i les estratègies sostenibles diferencien els càmpings dels establiments hotelers tradicionals. Per tant, les estratègies per fomentar la sostenibilitat parteixen d'aspectes ambientals fins a accions que beneficiïn els residents locals. En aquest cas, el càmping Les Medes va invertir en la instal·lació de comptadors digitals en cada parcel·la per monitorar l'ús d'electricitat. A més, destaca que el càmping va ser un dels primers a obtenir la certificació mediambiental EMAS, cosa que reforça el seu compromís amb les pràctiques sostenibles.

La tecnologia jugarà un paper rellevant en l'oferta futura. Pla destaca la importància d'aplicacions mòbils que millorin l'experiència del campista i que permetin gestionar serveis com la reserva de parcel·les, encarregar menjar i l'accés a internet sense necessitat de desplaçar-se a la recepció.

Aquestes aplicacions també permeten al càmping gestionar de forma eficient els seus recursos i respondre ràpidament a qualsevol problema.

A més, aquestes eines proporcionen dades valuoses que es poden utilitzar per prendre decisions informades sobre millores i optimitzacions futures. Malgrat les millores tecnològiques i d'infraestructura, Pla insisteix en la importància de mantenir l'autenticitat del càmping. Els campistes valoren la tranquil·litat i el contacte directe amb la natura. Per tant, és necessari evitar la massificació i preservar l'entorn natural per oferir una experiència autèntica que diferenciï el càmping d'altres tipus d'allotjament.

“Tenim el 85% d'estrangers i només el 15% d'espanyols, que es concentren molt en el període de vacances”.

Perfil i demanda de professionals

Segons l'experiència de Pla, la demanda de professionals en aquest àmbit està en constant evolució, impulsada per les creixents expectatives dels clients i la necessitat de gestionar càmpings de manera eficient i sostenible. Pla observa que una de les majors dificultats és trobar personal qualificat i amb experiència específica en el càmping. Molts dels professionals en aquest sector provenen d'àrees relacionades amb el turisme, en general, però no necessàriament tenen formació especialitzada en la gestió de càmpings.

Per donar resposta a aquesta necessitat, Pla destaca la importància de la formació contínua i la capacitació en àrees específiques. Al Càmping Les Medes, han implementat diverses iniciatives de formació per al seu equip, incloent-hi cursos sobre gestió ambiental, eficiència energètica i atenció al client. Tot i que hi ha esforços per involucrar els empleats en cursos i jornades formatives, sembla haver-hi una desconexió entre les necessitats del sector i la motivació o la capacitat de seguir el ritme dels canvis.

Pla també menciona que la fidelització del personal és rellevant. Molts dels seus empleats han treballat al càmping durant dècades, la qual cosa és un exemple de la bona gestió i de l'ambient laboral positiu que s'hi ha creat. L'estabilitat laboral i la creació d'un sentiment de pertinença són aspectes que considera fonamentals per retenir els millors talents.

Pel que fa al futur, Pla anticipa que la demanda de professionals

“Josep Maria Pla: liderant el canvi al càmping amb sostenibilitat i tecnologia”

en el càmping seguirà creixent, especialment en àrees com la sostenibilitat i la tecnologia. Els futurs professionals hauran d'estar capacitats no només en la gestió operativa, sinó també en la implementació de tecnologies avançades i pràctiques sostenibles. La col·laboració amb institucions educatives per desenvolupar programes de formació específics per al càmping és una estratègia que Pla considera vital per assegurar que el sector pugui comptar amb una força laboral competent i ben preparada.

“Des de l'any passat apostem per la digitalització. Vam instal·lar uns comptadors digitals a cada parcel·la”.

Montserrat Sierra

Directora de l'Agència Catalana de Turisme a Europa Central



Biografia i Trajectòria Professional

Montserrat Sierra és una destacada professional en l'àmbit del turisme amb una extensa trajectòria a Europa Central. Filòloga de formació, especialitzada en alemany, va complementar els seus estudis amb un màster en gestió de destinacions turístiques. Actualment, és la directora de l'oficina de representació de l'Agència Catalana de Turisme a Europa Central, un càrrec que ocupa des de fa gairebé dues dècades. La seva carrera va començar en diversos rols dins del sector turístic, dedicant-se a la docència i al periodisme. La seva experiència també inclou càrrecs a l'oficina de turisme de l'aeroport de Barcelona i com a recepcionista en un conegut càmping de Canet de Mar, el Globo Rojo.

Sierra ha jugat un paper clau en la promoció de Catalunya com a destinació turística en mercats clau com Alemanya, Suïssa, Àustria, Polònia i altres països d'Europa de l'Est. Sota la seva direcció, l'oficina ha evolucionat per incloure aquests mercats, responent a la creixent demanda i adaptant-se als canvis del sector. A més de les seves funcions de promoció, Montserrat ha estat pionera en integrar la digitalització i la sostenibilitat en les estratègies turístiques, treballant estretament amb associacions i plataformes com PiNCAMP i el Deutsche Camping Club.

“Montserrat Sierra: la digitalització i sostenibilitat transformaran el futur del càmping a Catalunya”.

Amb una combinació d'habilitats en comunicació, idiomes i gestió, Montserrat Sierra s'ha consolidat com una figura influent en el turisme europeu, destacant per la seva capacitat per adaptar i dirigir iniciatives que promoguin Catalunya com a destinació atractiva i sostenible.

Anècdota:
Montserrat Sierra recorda amb afecte, i una mica de nostàlgia, una de les seves primeres experiències laborals, que va tenir lloc al càmping Globo Rojo a Canet de Mar. Aquest càmping era conegut per la seva recepció situada en un autobús de dos pisos de color vermell. Aquest distintiu autobús es va convertir en un símbol fàcilment reconegut per tots els visitants i residents locals de l'època. Aquella experiència li va permetre interactuar amb molta varietat de persones i començar a desenvolupar les seves habilitats en atenció al client i gestió turística.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Montserrat Sierra té una visió particular sobre el futur de l'oferta de càmping, influenciada per la seva experiència laboral a Alemanya. En aquest context, destaca la importància de la digitalització i explica com la transformació de la clàssica guia del Club de l'Automòbil Alemany a la plataforma digital PiNCAMP ha revolucionat la promoció dels càmpings. Tot i que l'adopció de la digitalització a Alemanya ha estat lenta, Sierra creu que és crucial per a la modernització del sector. La promoció a través de plataformes digitals i la col·laboració amb associacions com el Deutsche Camping Club (DCC) són estratègies implementades per atraure més turistes.

La sostenibilitat és un altre pilar fonamental per al futur del càmping. Per a això és important promoure la construcció d'infraestructures sostenibles com bungalows ecològics i el tractament adequat dels residus. A més, Sierra creu que els càmpings poden contribuir a la sostenibilitat social tot donant suport a les empreses familiars i utilitzant productes locals en la seva oferta gastronòmica. En aquest punt, és necessari considerar la desestacionalització com una estratègia clau, promocionant el càmping en temporades baixes i mitjanes, com primavera i tardor, per mantenir una demanda constant. Els càmpings, per tant, han d'adaptar-se per estar oberts durant aquestes èpoques i oferir promocions atractives que animin els turistes a visitar fora de la temporada alta.

Finalment, Sierra observa que la pandèmia ha canviat les preferències dels turistes, ha augmentat l'interès per les vacances en espais oberts i en contacte amb la natura. El càmping ha guanyat popularitat com a opció segura i flexible, i aquesta tendència probablement es mantindrà en el futur.

“Hi ha molta gent molt interessada en informació de càmpings i per caravanes, que no en tenen prou amb la informació digital, també volen paper. És un tema recurrent a Alemanya. Hi ha una generació que vol fullejar les informacions. Potser d'aquí a uns anys podrem anar a les fires sense paper.”.

Característiques de la demanda futura del càmping

Sierra identifica diversos segments de mercat clau i descriu com cada un influirà en el futur del sector. Un dels segments més importants que destaca és el dels turistes majors de 55 anys, coneguts com a “sèniors”. Aquest grup té una alta demanda d'experiències de càmping i autocaravana, especialment fora de temporada. També valoren la llibertat i la flexibilitat que ofereixen aquesta tipologia de vacances i sovint busquen estades llargues de tres a quatre setmanes. Sierra menciona que els sèniors prefereixen destinacions que els ofereixin seguretat i serveis adequats, cosa que els càmpings poden proporcionar.

Un altre segment en creixement és el de les famílies joves amb ingressos mitjans-alts, amb fills de 10 a 17 anys. Aquestes famílies busquen càmpings que ofereixin una varietat d'activitats i serveis tipus ressort, com bungalows, restaurants i activitats esportives. Sierra assenyala que molts turistes d'aquestes característiques no consideren inicialment visitar els càmpings a causa d'una percepció equivocada, però es sorprenen gratament en descobrir que molts càmpings ofereixen instal·lacions i serveis comparables als d'un complex turístic.

Pel que fa a l'aspecte de la sostenibilitat, Sierra menciona que és un factor rellevant que incidirà en la demanda futura. Els turistes, especialment els alemanys, esperen que els càmpings implementin pràctiques sostenibles com l'ús d'energia solar

i el tractament adequat de residus. També aprecien l'ús de productes locals en l'oferta gastronòmica dels càmpings. En aquest sentit, s'ha vist que molts càmpings a Catalunya ja estan adoptant aquestes pràctiques, cosa que els permet atreure turistes conscients del medi ambient.

Finalment, la digitalització és un altre aspecte rellevant esmentat per Sierra. Els turistes moderns, especialment els més joves, prefereixen fer reserves i obtenir informació a través de plataformes digitals. La transformació de guies tradicionals a plataformes digitals com PiNCAMP facilita aquest procés i respon a les expectatives dels consumidors actuals.

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

Per una banda, Sierra menciona que el canvi climàtic i la sostenibilitat són una preocupació constant que impacta el sector del càmping, especialment en regions com Catalunya on la gestió dels recursos hídrics es converteix en crítica. Les pràctiques sostenibles dins dels càmpings, com la reutilització de l'aigua, l'ús d'energies renovables i la gestió de residus, es converteixen en factors cada vegada més importants per als consumidors a l'hora de triar un càmping. D'altra banda, per revertir els impactes que genera l'activitat turística, cal prendre accions que beneficiïn el medi ambient. En aquest cas, Sierra emfatitza la necessitat d'infraestructures sostenibles, com bungalows ecològics i l'ús d'energies renovables.

A més de la infraestructura, cal prendre accions que ajudin a la gestió dels càmpings, com és el cas de la desestacionalització, que permet que els càmpings operin més enllà de la temporada alta i aprofitin les vacances de primavera i tardor. Aquesta acció ajuda els gestors a distribuir l'afluència de turistes de manera més uniforme al llarg de l'any i redueix la pressió sobre els recursos naturals durant els pics de demanda. Sierra destaca també la importància de l'ús de productes locals en l'oferta gastronòmica dels càmpings, la promoció de la sostenibilitat social i econòmica al donar suport a les empreses familiars locals.

En termes de tecnologia, Sierra subratlla la lenta però necessària digitalització del sector, que està revolucionant el sector del càmping i que transforma tant la forma com els turistes busquen i reserven les seves estades com la gestió interna dels càmpings. Plataformes com PiNCAMP són un exemple de com el sector s'està adaptant a les noves demandes dels consumidors, que prefereixen obtenir informació i fer reserves a través de plataformes digitals. Tot i que el boca-orella segueix sent una eina poderosa de promoció a Alemanya, la digitalització ofereix noves oportunitats per atreure i retenir turistes. En aquest context, les aplicacions mòbils es converteixen en eines imprescindibles per als viatgers i proporcionen informació en temps real sobre rutes, serveis disponibles i possibilitats d'activitats a l'aire lliure. A més, la tecnologia ofereix oportunitats per a la gestió sostenible dels recursos, com ara sistemes d'energia renovable i gestió eficient de l'aigua, cada cop més valorats pels consumidors conscients del medi ambient.

Finalment, Sierra considera que la recopilació i anàlisi de dades juguen un paper rellevant i que permeten als càmpings adaptar les seves ofertes a les preferències i necessitats dels clients, millorar la satisfacció i fidelitzar els visitants. La transparència i claredat en els preus i serveis oferts també són essencials per satisfer les expectatives dels turistes alemanys, que busquen una bona relació qualitat-preu.

“En post-pandèmia, el sector càmping també ha crescut gràcies als catalans, que potser no hi tenien tanta afició. Això ha provocat que alguns càmpings allarguin la temporada i així beneficiïn també als seniors estrangers. Hi ha una tendència clara de preferències per espais oberts i el contacte amb la natura”.

Perfil i demanda de professionals

Sierra comenta que el creixent enriquiment de l'oferta de càmping, l'adaptació a les noves tecnologies i les expectatives dels consumidors requereixen professionals amb un ventall divers de competències. En aquest context, Sierra esmenta que una de les principals dificultats del sector és trobar personal qualificat i compromès, especialment en rols que requereixen interacció constant amb els clients.

Més enllà de l'experiència en turisme, el sector del càmping necessita professionals amb un fort sentit de l'hospitalitat i habilitats interpersonals. Els treballadors han de ser persones que gaudeixin del contacte amb la natura i de la interacció directa amb els visitants, ja que aquests entorns solen ser menys formals que altres tipus d'allotjaments turístics. La capacitat de comunicar-se en diversos idiomes, especialment en anglès i alemany, és fonamental a causa de la diversitat de turistes que visiten els càmpings a Catalunya.

Pel que fa a la formació en turisme, aquesta ha de centrar-se no només a proporcionar una base sòlida en gestió i operacions turístiques sinó també a desenvolupar competències en tecnologia de la informació, sostenibilitat, gestió del canvi climàtic i innovació en l'oferta de serveis.

Un gran problema en aquest aspecte és que la formació universitària en turisme tendeix a ser molt generalista. Per això, considera que una major especialització a través de màsters i cursos específics de formació contínua és clau per

mantenir-se al dia amb les tendències del sector del càmping i les noves eines i plataformes digitals.

Finalment, Sierra observa que la demanda de professionals en el sector del càmping està en augment, especialment a causa de l'increment en la popularitat del càmping post-pandèmia. No obstant això, menciona que els salaris en el sector turístic solen ser baixos, la qual cosa dificulta l'atracció i retenció de talent.

Agustí Valls

Periodista. Director de Campireport



Biografia i Trajectòria Professional

Nascut a Barcelona fa 66 anys, és un periodista amb una llarga trajectòria en diverses editorials especialitzades en diferents sectors. El seu vincle amb el món del càmping va començar el 1991 quan va fundar una publicació (Campitur) dirigida als empresaris de càmpings a Espanya. Després d'un inici exitós amb aquesta revista, la qual va funcionar durant sis anys, Valls va haver de fer front a canvis en l'editorial que la van relegar a un segon pla. El 2007, adaptant-se a les noves tecnologies i a l'edició en línia, va crear Campireport, una newsletter que ha mantingut fins avui i que ofereix informació útil per a la gestió diària de les empreses de càmping. Campireport es distingeix pel seu format àgil i senzill, amb notícies curtes i enllaços per aprofundir en els temes d'interès.

A més del seu treball a Campireport, Valls col·labora amb La Vanguardia, on elabora reportatges sobre càmpings, i participa en esdeveniments del sector com InnoCamping a Lleida i B-Travel a Barcelona. També ha estat coordinador de premsa del primer Congrés de Càmpings de Catalunya celebrat enguany. La seva capacitat per adaptar-se als canvis del mercat ha estat un factor clau per a la seva trajectòria en l'àmbit del periodisme especialitzat en el sector del càmping.

“Agustí Valls: innovació i adaptabilitat en el periodisme especialitzat en càmping”

El seu enfocament es centra en la innovació tecnològica i la sostenibilitat, buscant posicionar el càmping com una opció de turisme regeneratiu i d'alta qualitat.

Anècdota:
Valls explica una experiència significativa quan va presentar el projecte Campitur a Josep Lumbreras, en aquell moment, secretari de l'Associació de Càmpings de Girona. Acostumat a vestir-se formalment per a esdeveniments rellevants, Valls va assistir a la reunió amb americana i corbata. En arribar, es va trobar amb Josep Lumbreras vestit amb un mono de mecànic. Aquest contrast el va fer sentir fora de lloc i li va ensenyar la senzillesa i obertura del sector del càmping. Des de llavors, va decidir no tornar a un càmping vestit de manera tan formal, adaptant-se millor a la cultura del sector. En una altra ocasió, en realitzar un reportatge en un càmping, Valls esperava una entrevista ràpida de mitja hora o màxim una hora amb els propietaris del càmping. No obstant això, ells li van dedicar tot el matí, li van mostrar el lloc amb detall, incloent la cuina del restaurant, i el van convidar a dinar. Aquesta experiència li va revelar el tracte proper i hospitalari que caracteritza els empresaris de càmping, diferent d'altres sectors.

Característiques de l'oferta futura del càmping

Valls considera que l'oferta futura dels càmpings es caracteritza per una contínua evolució i diversificació dels tipus d'allotjaments i serveis oferts. Al llarg de les últimes dècades, els càmpings han experimentat una transformació significativa, particularment amb la introducció de bungalows als anys 90, la qual cosa va obrir el sector a una clientela més ampla que no necessàriament posseïa equip de càmping propi.

Valls destaca que els empresaris de càmpings entenen que la rendibilitat és major amb allotjaments com bungalows, tendes safari i mobile homes, que requereixen una inversió inicial elevada però permeten cobrar preus superiors i atreure nous tipus de clients que abans optarien per hotels o apartaments. Aquesta tendència cap a la diversificació d'allotjaments continuarà, amb una oferta que s'adaptarà a diferents segments de mercat, com ara parelles sense fills, la qual cosa requereix unitats amb menys capacitat però igualment atractives.

Un altre element clau en l'oferta futura és la integració d'espais aquàtics, que s'han convertit en un atractiu essencial, especialment per a famílies amb nens. Malgrat els reptes com la sequera, s'espera que els càmpings continuïn invertint en aquestes instal·lacions per mantenir la seva competitivitat i atractiu. Una de les solucions per a aquest problema en particular és l'aplicació de tecnologies per dessalinitzar l'aigua del mar i aprofitar-la a les piscines.

La sostenibilitat i l'adaptació a les normatives ambientals també juguen un paper crucial en el desenvolupament futur dels càmpings, especialment en àrees on la legislació limita l'expansió d'infraestructures. Malgrat els reptes, com la gestió de l'aigua i la integració amb els entorns naturals, els càmpings estan trobant formes d'innovar i adaptar-se, incloent la implementació de parcs aquàtics i altres instal·lacions recreatives que atreuen famílies i joves.

A més, la tecnologia i la digitalització jugaran un paper important en l'oferta futura. L'ús d'aplicacions mòbils per realitzar els check-in automatitzats, la reserva d'instal·lacions i el pagament amb mòbils són tendències en creixement que busquen millorar l'experiència del client i optimitzar la gestió operativa dels càmpings.

“Els càmpings ja van ser pioners en el seu moment a l’hora d’aconseguir certificacions mediambientals, com EMAs o ISO. Una raó fonamental és que els càmpings estan en entorns naturals, estan venent natura”.

Característiques de la demanda futura del càmping

El futur de la demanda als càmpings mostra un panorama mixt, adaptant-se tant a les regulacions ambientals com a les noves tendències de consum. Els operadors de càmpings estan ampliant la seva oferta de bungalows en resposta a una demanda creixent, tot i que es veuen obligats a mantenir un cert percentatge de parcel·les tradicionals per a aquells que prefereixen el càmping amb tendes, caravanes o autocaravanes, un segment que, malgrat la seva longevitat, mostra un creixement limitat especialment a Espanya, mentre que en països com Alemanya, el Regne Unit i França, el càmping tradicional segueix sent molt popular.

L'evolució del mercat de càmping tradicional està influenciat per les circumstàncies econòmiques, però no mostra un creixement exponencial comparat amb el dels usuaris de bungalows. La indústria s'orienta clarament cap a l'allotjament com la seva principal font d'ingressos, especialment en grans complexos de càmpings a zones costaneres, on la demanda s'ha intensificat després de la pandèmia. En contrast, els càmpings més petits i familiars, situats en regions muntanyoses o àrees interiors, no tenen la capacitat d'expandir significativament la seva oferta de bungalows i depenen d'una clientela fixa que els visita regularment, mostrant lleialtat a l'establiment durant diferents temporades.

Una innovació notable en resposta a la demanda és la inversió en espais aquàtics que, malgrat els desafiaments

imposats per períodes de sequera, segueixen sent atractius per a les famílies amb nens i s'han convertit en un punt de diferenciació important per als càmpings. Aquest enfocament cap a la diversificació de l'oferta també respon a un desig de desestacionalitzar l'activitat, estenent l'atractiu dels càmpings més enllà de l'estiu i adaptant-se a les variacions climàtiques que podrien ampliar la temporada turística. A més, hi ha una creixent inversió en càmpings per part d'actors internacionals i grans grups, la qual cosa indica una possible consolidació del mercat similar a l'observada a França, on importants cadenes operen una significativa porció de l'oferta.

*“Agustí Valls:
el futur del
càmping
passa per la
innovació i la
sostenibilitat”*

Tendències futures en sostenibilitat i tecnologia (Canvi climàtic i sostenibilitat / Tecnologia i digitalització)

En general, els càmpings han estat pioners en adoptar mesures de sostenibilitat, superant fins i tot altres sectors turístics. Des de fa anys, han obtingut certificacions com ara EMAs i ISO, i han implementat pràctiques per preservar els entorns naturals on operen. Valls menciona que els càmpings ja estan preparats per fer front a reptes com la sequera, gràcies a mesures com l'ús de depuradores pròpies i la instal·lació de aixetes temporitzades. La inversió en tecnologies de dessalinització i tractament de l'aigua podria ser una solució a llarg termini si les condicions de sequera persisteixen.

El canvi climàtic està redefinint la geografia del turisme de càmping, oferint tant oportunitats com a reptes per al sector. Amb l'escalfament global, els càmpings d'àrees abans considerades massa fredes, com la Costa Brava o la Costa Daurada, podrien estendre la seva temporada d'activitat més enllà de l'estiu tradicional. No obstant això, aquesta avantatge ve acompanyada de seriosos reptes. D'una banda, l'augment de les temperatures podria fer que els mesos d'estiu siguin excessivament calorosos, cosa que desencoratjaria la visita de turistes que busquen climes més temperats per a les seves vacances. D'altra banda, a Europa, especialment a la costa del Bàltic, s'està invertint en el desenvolupament de complexos turístics per aprofitar un clima més càlid, anticipant una tendència on els turistes prefereixen quedar-se als seus

països per les millors condicions climàtiques, potencialment reduint la mobilitat cap a destinacions tradicionalment populars durant l'estiu, com Espanya.

Pel que fa a la tecnologia, Valls observa que els càmpings han començat a integrar solucions digitals, tot i que la seva adopció és desigual. Les tecnologies per a la gestió sostenible estan avançades, però altres àrees, com la digitalització de processos administratius i la interacció amb els clients, encara estan en desenvolupament. Exemples d'aquestes tecnologies són: el control d'accés mitjançant reconeixement de matrícules, targetes electròniques per obrir portes, i aplicacions mòbils per realitzar reserves sense passar per recepció.

La capacitat econòmica segueix sent un factor determinant en la velocitat d'adopció tecnològica. Els càmpings grans, amb més recursos, estan liderant el camí, utilitzant aplicacions adaptades a les necessitats específiques del càmping, que permeten als hostes gestionar reserves per serveis com pistes de pàdel o restaurants. En canvi, molts càmpings més petits encara estan explorant com implementar aquestes eines de manera cost-efectiva.

Perfil i demanda de professionals

En relació a l'entorn laboral, hi ha diversos reptes en l'atracció i retenció de talent en el sector del càmping. Els treballs en hostaleria i turisme, inclosos els càmpings, solen estar associats a condicions laborals difícils, com ara horaris llargs i remuneracions baixes. Això dificulta l'atracció de nous professionals, de manera que sorgeix la necessitat de millorar la valoració social d'aquestes professions i comunicar als joves que treballar en un càmping pot ser una experiència formativa i amb futur professional.

Valls també assenyala que l'ocupació en càmpings és estacional, similar al sector hotel·ler. Quan acaba la temporada, les plantilles es redueixen dràsticament, mantenint només el personal essencial. Aquesta estacionalitat presenta reptes addicionals per a la retenció de talent, ja que molts empleats busquen estabilitat laboral. No obstant això, alguns càmpings opten per mantenir una operació durant tot l'any per fidelitzar el personal i evitar la necessitat de contractar nou personal cada temporada.

Degut a l'evolució de l'oferta i la demanda, han sorgit noves oportunitats laborals i requisits de habilitats específiques que estan canviant la composició del personal en els càmpings. No obstant això, un dels problemes més forts és la manca de formació especialitzada en el sector del càmping. Actualment, poques universitats o escoles de turisme ofereixen programes específics per treballar en càmpings. Valls subratlla la importància de canviar aquesta situació i

demostrar que treballar en un càmping pot ser una carrera creativa i plena d'oportunitats, on es pot començar en rols bàsics com la recepció i ascendir a posicions de major responsabilitat.

Un dels rols emergents més significatius que requereix el sector del càmping és el de community manager, la presència del qual s'ha tornat pràcticament indispensable en els grans complexos de càmping. Aquests professionals gestionen les xarxes socials, que s'han convertit en eines clau per a la relació i fidelització de clients, així com per a la captació de nous visitants. A més, Valls veu potencial en la incorporació de professionals experts en tecnologies avançades com la intel·ligència artificial i l'animació 3D per millorar l'experiència del client i mantenir el seu interès. Finalment, la preocupació per la sostenibilitat ha generat la necessitat de buscar perfils especialitzats en la gestió ambiental dins dels càmpings. Com que aquests negocis operen freqüentment en entorns naturals, es prioritza la conservació d'aquests hàbitats com a part de la seva oferta al públic.

Agraïments

- Joaquim Carreras Barnés - Director Arxiu comarcal de la Selva
- Lluís-Esteve Casellas Serra - Cap de Servei de Gestió Documental, Arxius i Publicacions. Arxiu Municipal de Girona
- Joaquim Daban - Arxiu de Lloret de Mar
- Mariona Font Batlle i Enrica Bicardí Fabra i Lurdes Boix Llonch - Arxiu de l'Escala
- Joan Ferrer i Godoy - Director de l'Arxiu Històric de Girona
- Xavier Pareras Aceves - Arxiu Municipal de Palafrugell
- Àlex Trias Arraut i Juan Carlos Cano - Arxiu Ballena Alegre
- Biblioteca Ciències Socials Universitat Autònoma de Barcelona
- Biblioteca Universitat de Girona
- Dra. Maria Abellonet i Meya - Presidenta del CETT
- Inma Ballestín - Directora de l'oficina de promoció turística pels mercats de Benelux de l'Agència Catalana de Turisme
- Toni Castellar - Director del Càmping La Ballena Alegre - Membre de la Junta Directiva de l'Associació de Càmpings de Girona - Membre de la Federació de Càmpings de Catalunya - Vicepresident d'Empordà Turisme
- Josipa Cvelić-Bonifačić - Professora de la Universitat de Rijeka
- José Antonio Donaire Benito - Director de l'Institut de Recerca en Turisme (INSETUR) de la Universitat de Girona
- Victor Goitia - Cap de màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona
- Albert Duch - Product Manager del Club de Natura i Turisme Actiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona
- Cel Feliu - Presidenta de l'Associació de Càmpings de Lleida
- Narcís Ferrer i Ferrer - Director Agència Catalana de Turisme (ACT)
- Uwe Frers - CEO PiNCAMP
- Miquel Gotanegra - President de l'Associació de Càmpings de Girona i President de la Federació Catalana de Càmpings
- Kevin Grande - Professor a Excelia Business School, La Rochelle (França)
- Ralph Heinze - CEO Servicios Turísticos Heinze Latzke
- Frank Jacobs - Manager Business Development a ACSI
- Joaquim Majó - Degà de la Facultat de Turisme, Universitat de Girona
- Pere Marquès - Director del Grup Sènia
- Manel Ortiz - Director General de SEPTEO a Espanya i Portugal
- Xavier Pascuet - Consultor d'innovació i sostenibilitat turística
- Josep Maria Pla - Propietari del Càmping les Medes
- Montserrat Sierra - Directora de l'Agència Catalana de Turisme a Europa Central
- Agustí Valls - Periodista i director de Campireport
- Xavier Martín Tost - Arquitecte i professor universitari
- Raquel Camprubí Subirana - Universitat de Girona
- Càmping Aquarius
- Càmping Bungalow Resort & Spa La Ballena Alegre
- Càmping Begur
- Càmping Bella Terra Bungalow Park
- Càmping Bon Repòs - Càmping & Bungalow Park
- Cala Montjoi Resort & Bungalow
- Càmping Castell Montgrí
- Càmping Castell Mar
- Clarà Càmping & Bungalows
- Càmping Costa Brava
- Càmping Cypsela Resort
- Càmping del Mar
- Càmping El Pla de Mar
- Càmping Esponellà
- Estanyet Càmping & Bungalows
- Càmping El Garrofer
- Càmping Globo Barcelona
- Interpals Eco Resort Càmping & Bungalows
- Càmping Laguna
- Càmping Lloret Blau
- Càmping Mas Nou
- Nautic Almata Càmping & Caravaning
- Càmping La Noria
- Càmping Playa Bara
- Càmping Port de la Vall
- Càmping Rifort
- Càmping Bungalows Roca Grossa
- Càmping & Bungalow Salatà
- Càmping & Resort Sangulí Salou
- Sea Green Cala Llevadó
- Sènia Cala Gogo Internacional
- Càmping Sitges
- Càmping Alberg Tivissa
- Càmping Trillas Spa Tamarit
- Càmping Valldaro
- Càmping Vilanova Park
- WeCamp Cala Montgó
- Associació de Càmpings de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre
- Associació de Càmpings de Muntanya i el Pirineu Català
- Associació de Càmpings de Lleida
- Associació de Càmpings de Barcelona

EL CÀMPING

Història dels càmpings a Catalunya

