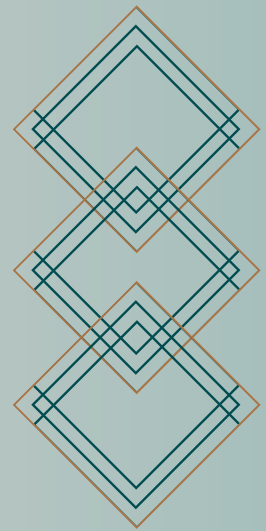
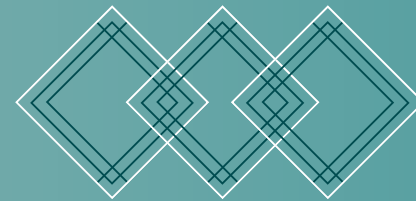


ESTUDI D'IMPACTE ECONÒMIC

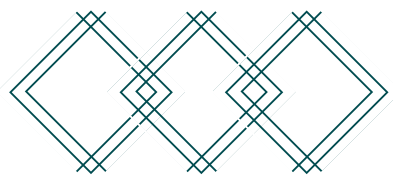
EL SECTOR DEL CÀMPING A CATALUNYA

2024



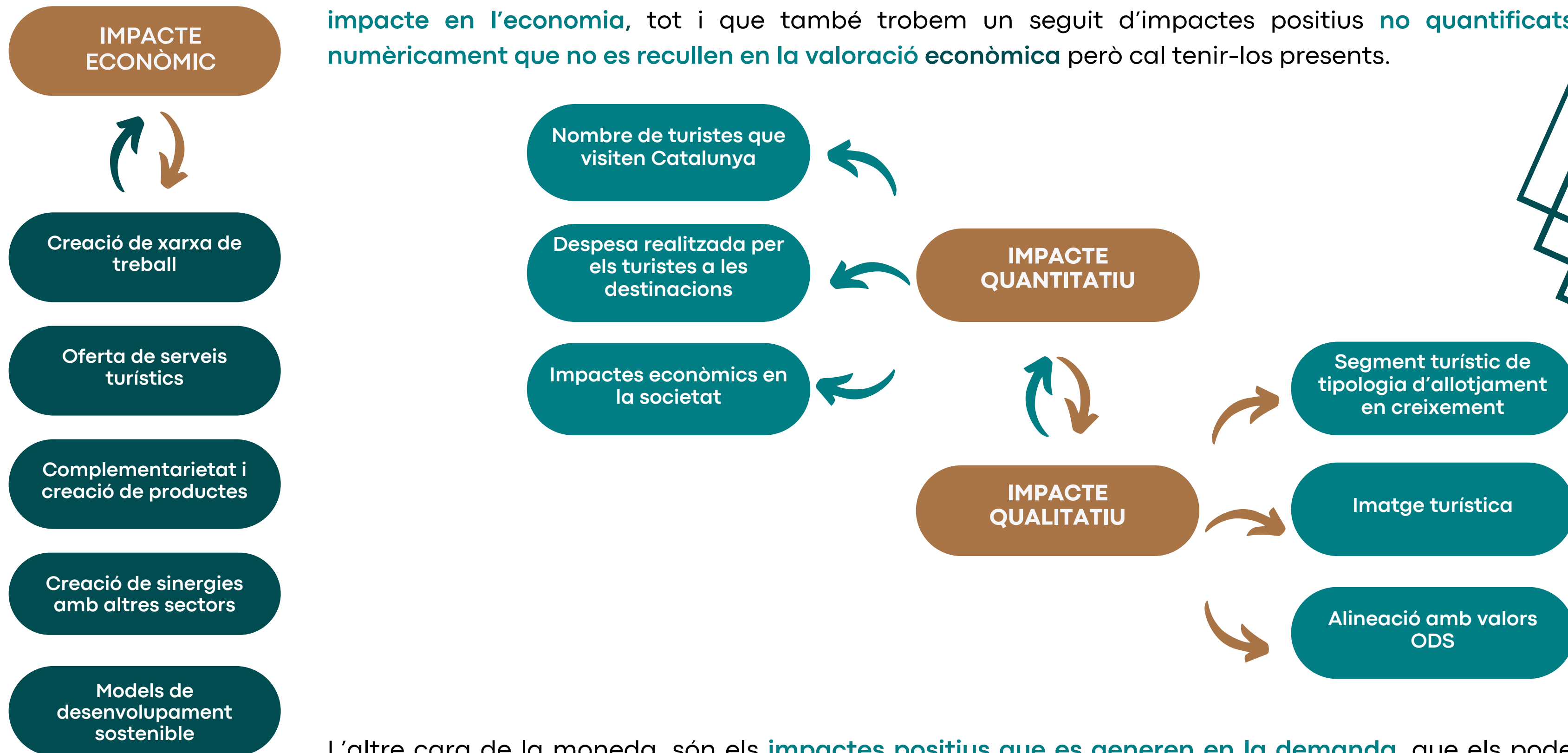


1. INTRODUCCIÓ



VISIÓ I ESTRUCTURA DE TREBALL

Un estudi d'impacte econòmic posa l'accent en aquells elements de la demanda que generen un impacte en l'economia, tot i que també trobem un seguit d'impactes positius **no quantificats numèricament** que no es recullen en la valoració econòmica però cal tenir-los presents.



L'altre cara de la moneda, són els **impactes positius que es generen en la demanda**, que els podem identificar en impactes quantitatius i impactes qualitatius, en funció de la naturalesa d'aquest.

METODOLOGIA

BIM Consultors utilitza una metodologia de treball per valorar els impactes econòmics àmpliament acceptada i utilitzada en estudis elaborats per diferents agents, tant des d'universitats com altres empreses de consultoria.

1r.

El primer element metodològic que cal assenyalar per entendre d'on provenen les dades és en relació a la recollida a les dades relatives als càmpings de Catalunya i els seus resultats en els comptes anuals.

Criteris:

- Any de constitució
- Volum actiu
- Volum de facturació
- Resultats de l'exercici,
- Rendibilitats econòmiques
- Nombre de treballadors

BASE DE DADES 2013-22

Font: Registre Mercantil

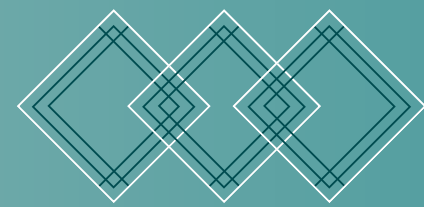
Mostra: 440 càmpings

Mostra total: 236 empreses

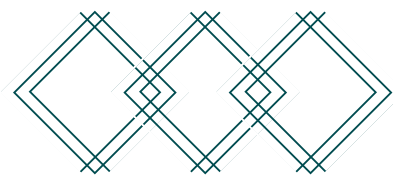
2n.

El segon bloc d'anàlisi seria aquell que focalitza la mirada en l'impacte econòmic de l'activitat. Per fer-ho s'han pres en consideració els següents principis metodològics:

- **Mètodes que estiguin estandarditzats.**
- **Utilitzar mètodes ja anteriorment utilitzats i acceptats des de l'àmbit acadèmic del sector turístic i l'economia.**
- **Utilitzar el principi de prudència relativa,** posant de manifest únicament aquells beneficis econòmics netament aplicables.
- **No fixar un sol mètode de fixació d'impactes,** seleccionant en cada cas a aquell que millor s'ajusti i estigui més acceptat per l'activitat en concret realitzada des dels càmpings.



2. DADES DEL SECTOR DEL CÀMPING



OFERTA TURÍSTICA

L'oferta turística de càmpings a Catalunya

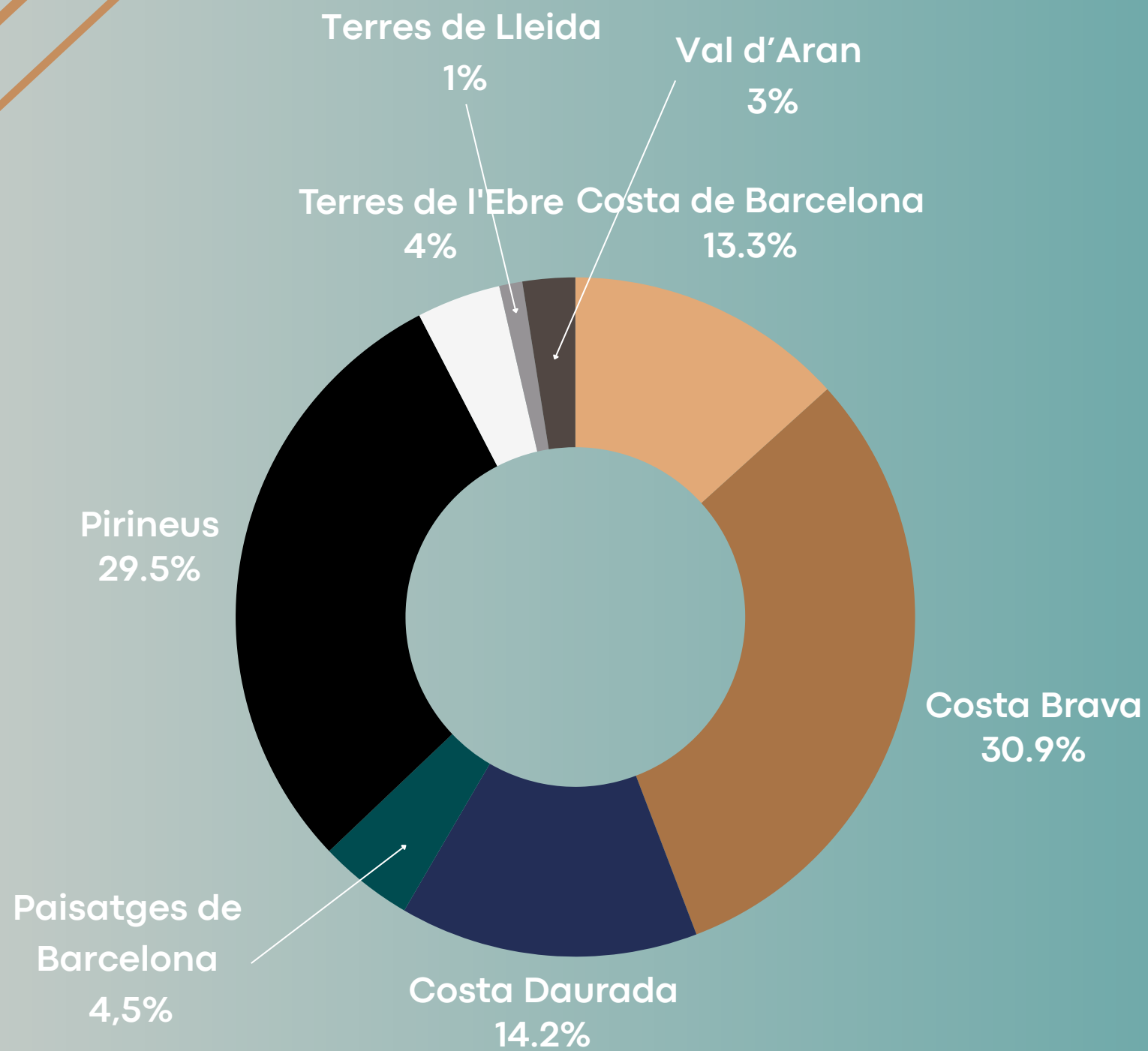
Marca turística	Nombre de càmpings	Pes relatiu	Places d'allotjament	Pes relatiu
Costa Barcelona	47	13,3%	33.228	12,5%
Costa Brava	109	30,9%	119.325	44,7%
Costa Daurada	50	14,2%	61.563	23,1%
Paisatges de Barcelona	16	4,5%	4.770	1,8%
Pirineus	104	29,5%	35.895	13,5%
Terres de l'Ebre	14	4,0%	7.413	2,8%
Terres de Lleida	4	1,1%	1.566	0,6%
Val d'Aran	9		3.069	
Total	353		266.829	

El sector del càmping és un dels sectors de l'allotjament turístic que ha experimentat **una major transformació en els darrers anys**, especialment intensa en el conjunt del litoral català.

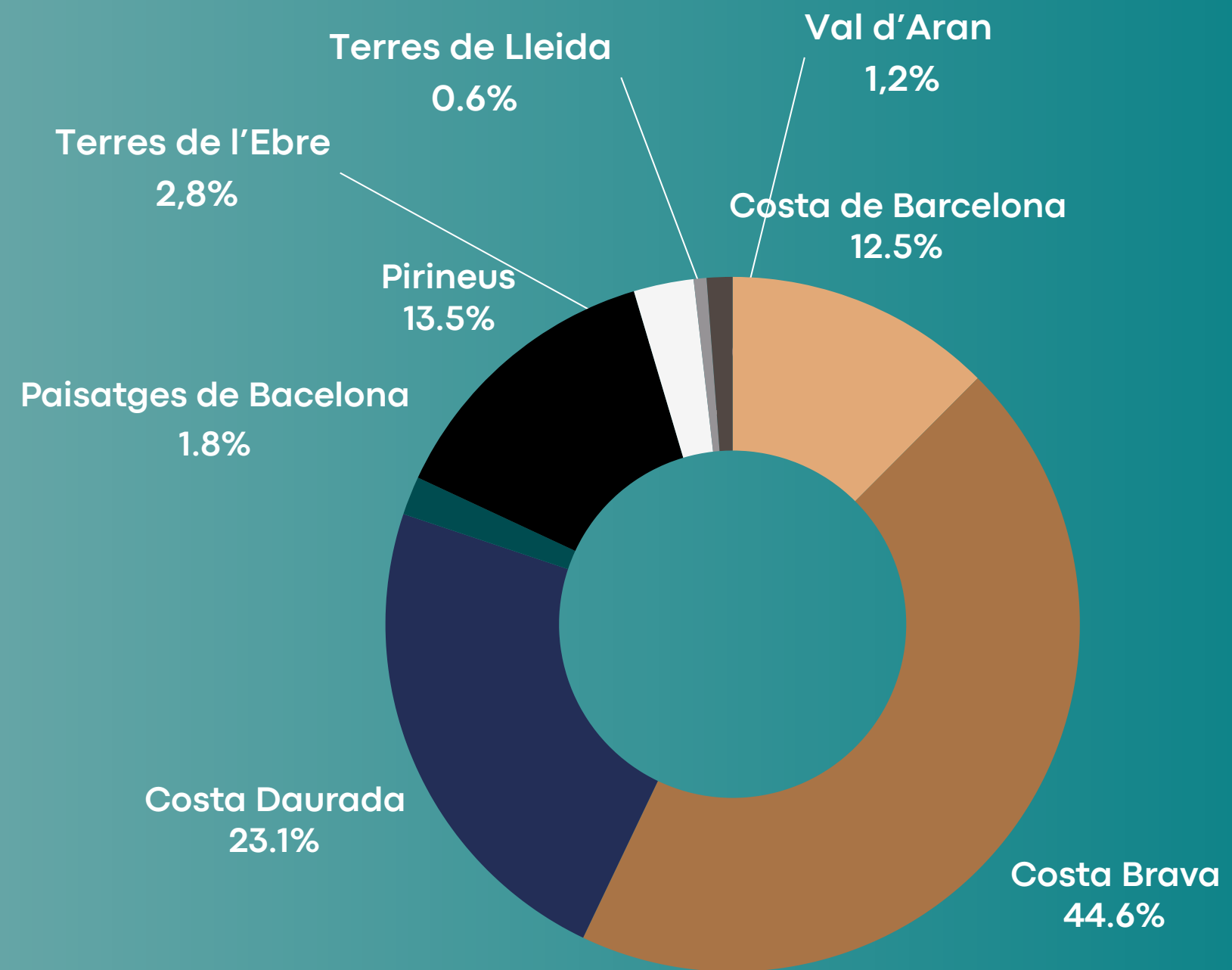
TOTAL: 353 CÀMPINGS

+ 260.000 PLACES

83% EN EL LITORAL



Pes relatiu del nombre de càmpings per marca turística



Pes relatiu del nombre total de places d'allotjament en càmpings per marca turística

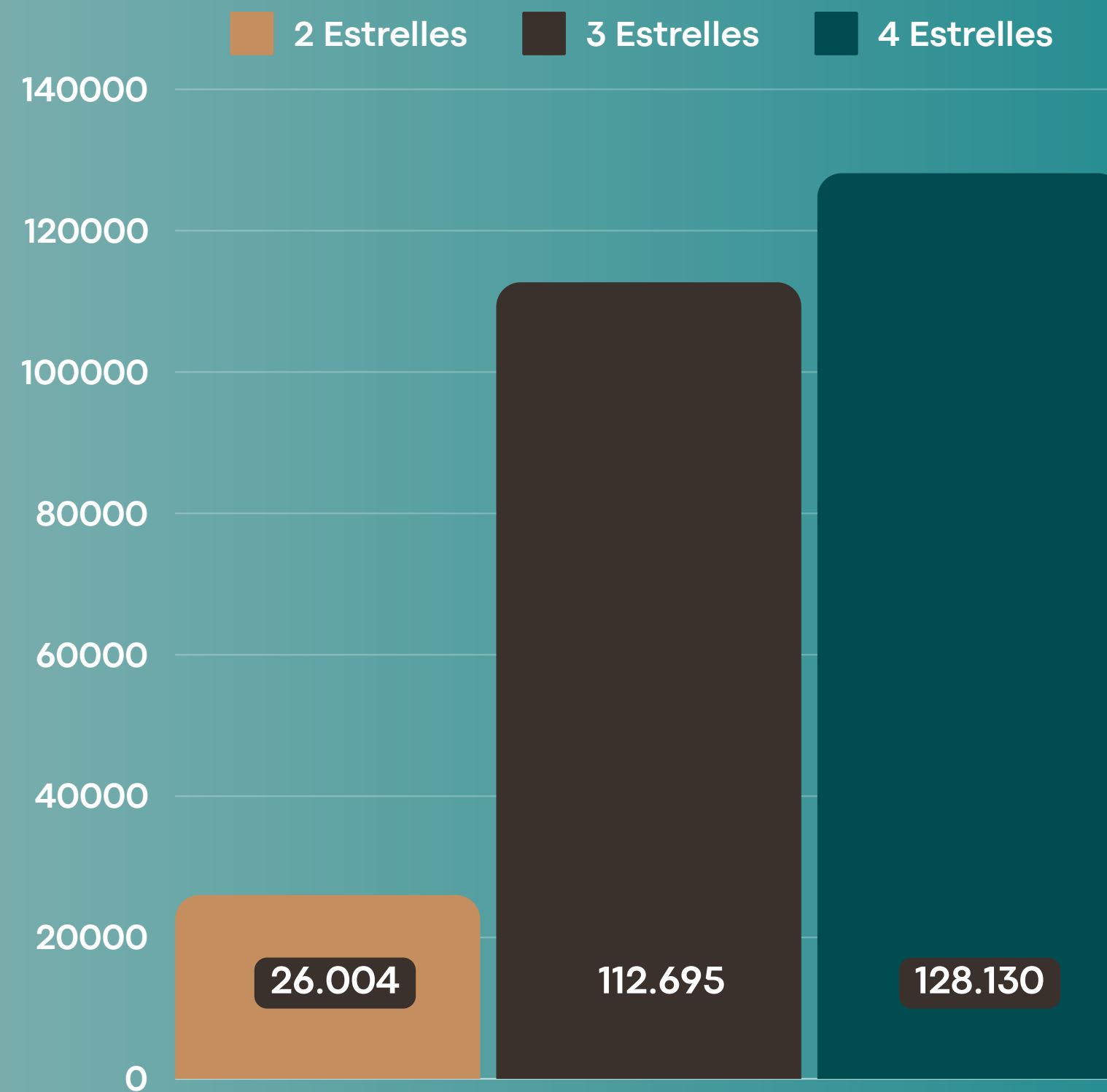
El nombre de càmpings i la seva oferta d'allotjament presenten pesos relatius dispars en la seva capacitat d'allotjament.

DISPARITAT NOMBRE D'ESTABLIMENT /
PLACES

MITJANA 755,8 PLACES PER CÀMPING
/DESVIACIÓ DE 806

HETEROGENEÏTAT DE L'OFERTA

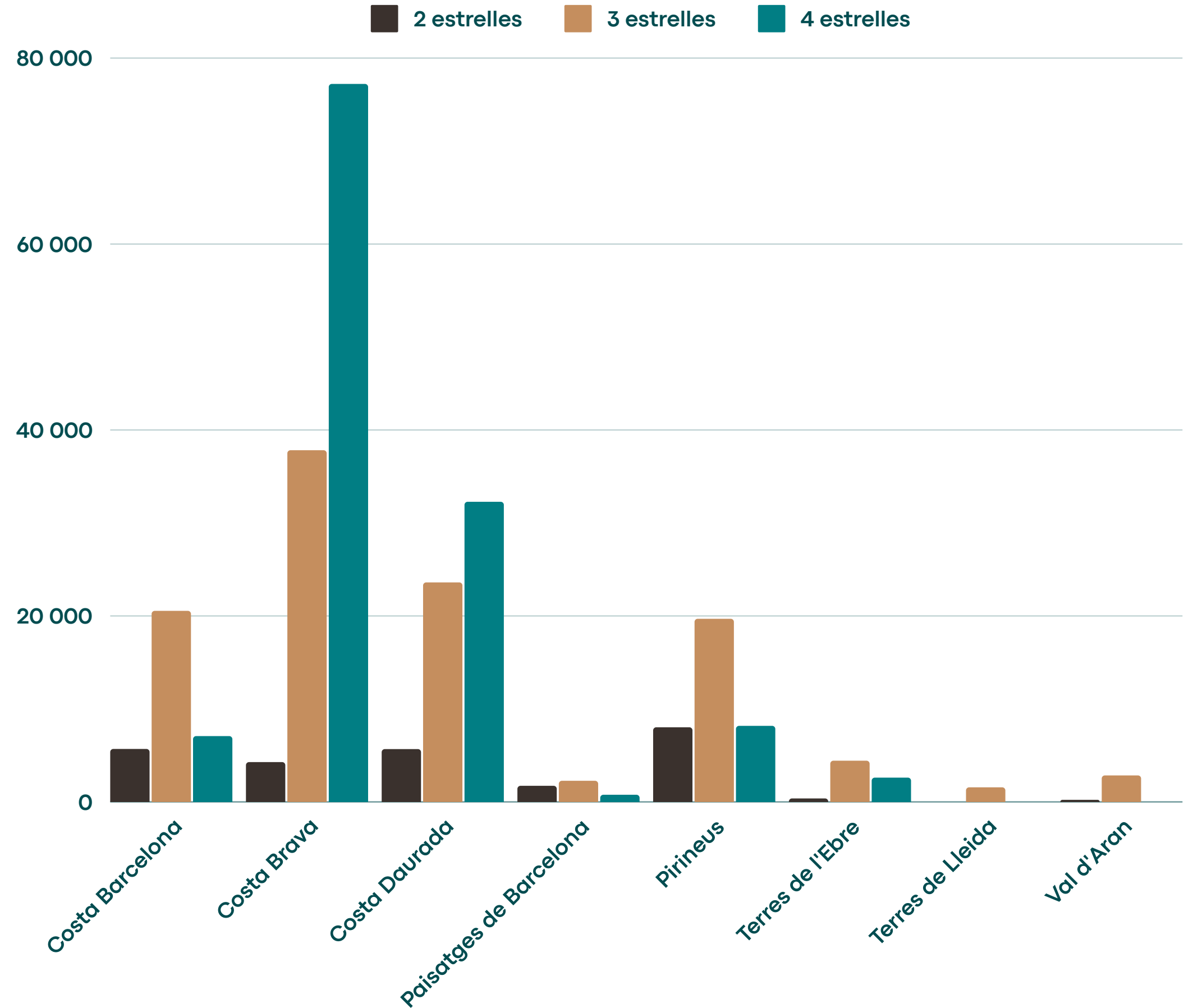
APOSTA QUALITATIVA



Distribució de les places de càmping totals per categoria d'estrella.

	Places d'allotjament	Pes relatiu
Costa Barcelona	33.228	
2 estrelles	5.694	17,10%
3 estrelles	20.457	61,60%
4 estrelles	7.077	21,30%
Costa Brava	119.325	
2 estrelles	4.281	3,60%
3 estrelles	37.824	31,70%
4 estrelles	77.220	64,70%
Costa Daurada	61.563	
2 estrelles	5.679	9,20%
3 estrelles	23.607	38,30%
4 estrelles	32.277	52,40%
Paisatges Barcelona	4.770	
2 estrelles	1.731	36,30%
3 estrelles	2.271	47,60%
4 estrelles	768	16,10%
Pirineus	35.895	
2 estrelles	8.025	22,40%
3 estrelles	19.692	54,90%
4 estrelles	8.178	22,80%
Terres de l'Ebre	7.413	
2 estrelles	372	5,00%
3 estrelles	4.431	59,80%
4 estrelles	2.610	35,20%
Terres de Lleida	1.566	
3 estrelles	1.566	100%
Val d'Aran	3.069	
2 estrelles	222	7,20%
3 estrelles	2.847	92,80%

Aquest fet es pot visualitzar com un element transversal en el conjunt de les marques turístiques catalanes, tot i que en algun cas amb un pes o una major intensitat.

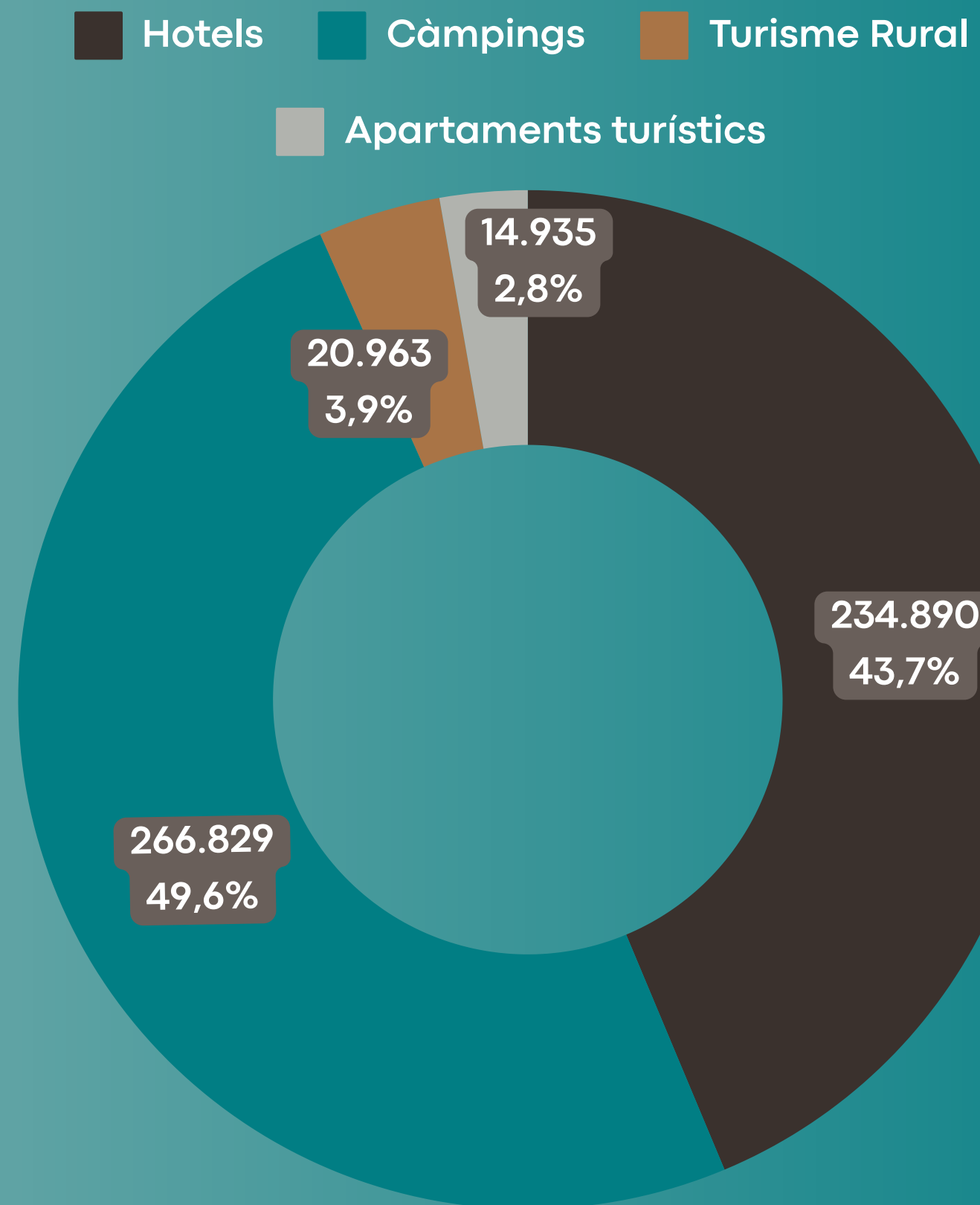


EL PES DE L'OFERTA TURÍSTICA DE CÀMPINGS EN EL MODEL D'ALLOTJAMENT

DUALITAT DEL MODEL CATALÀ D'ALLOTJAMENT

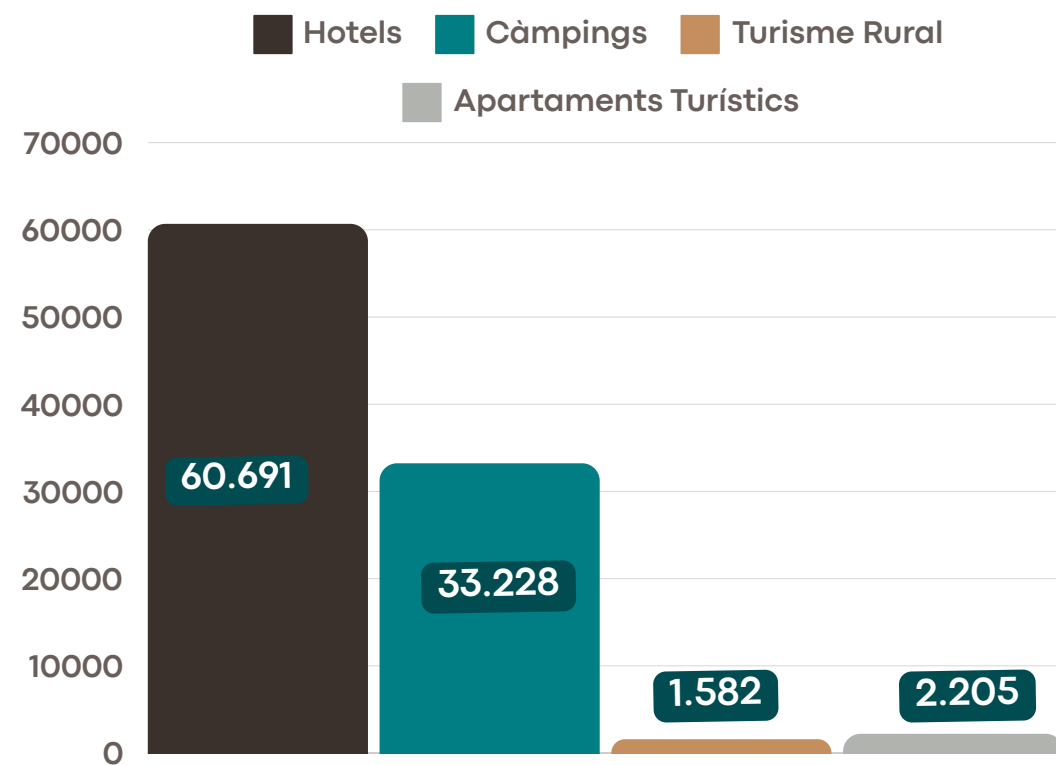
51,6% HOTELS
42,6% CÀMPINGS
(TOTAL CATALUNYA)

43,7% HOTELS
49,6% CÀMPINGS
(SENSE BARCELONA)



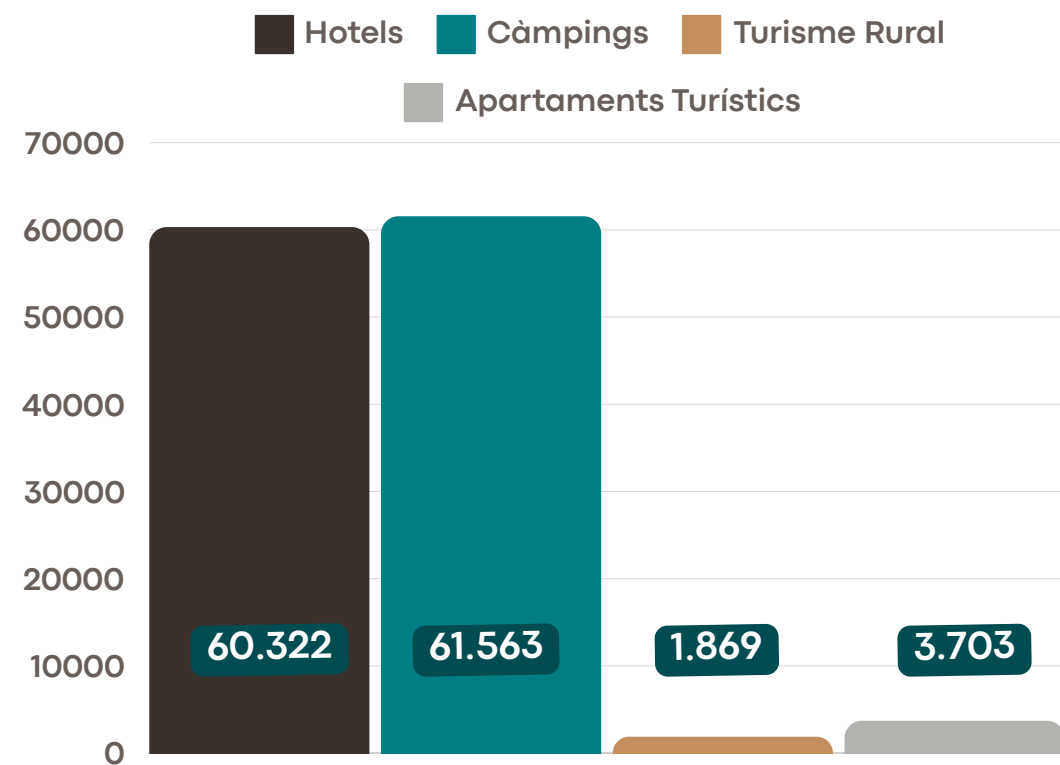
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la totalitat a Catalunya

• COSTA DE BARCELONA



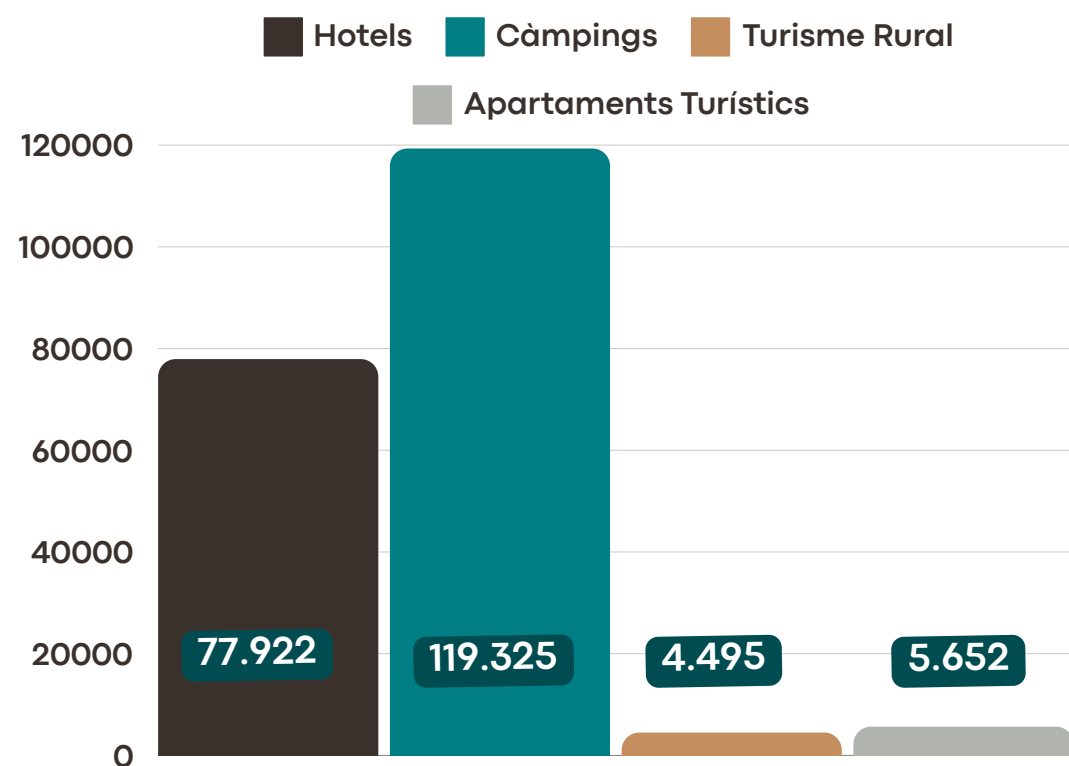
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Costa Barcelona

• COSTA DAURADA



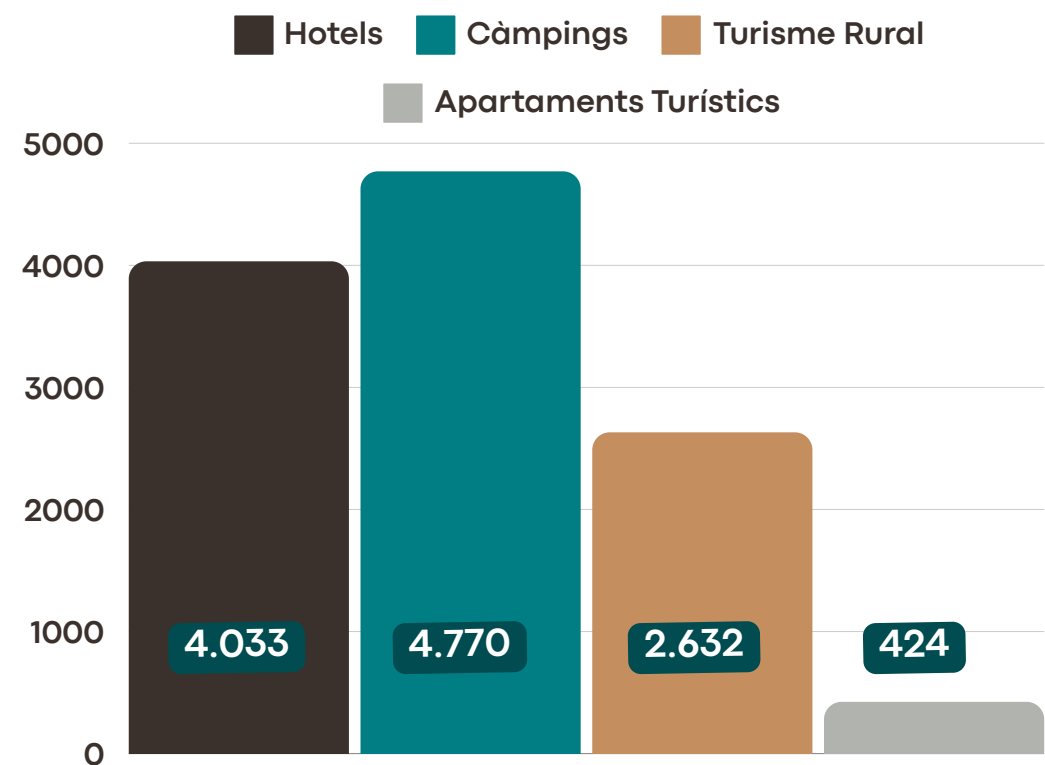
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Costa Daurada

• COSTA BRAVA



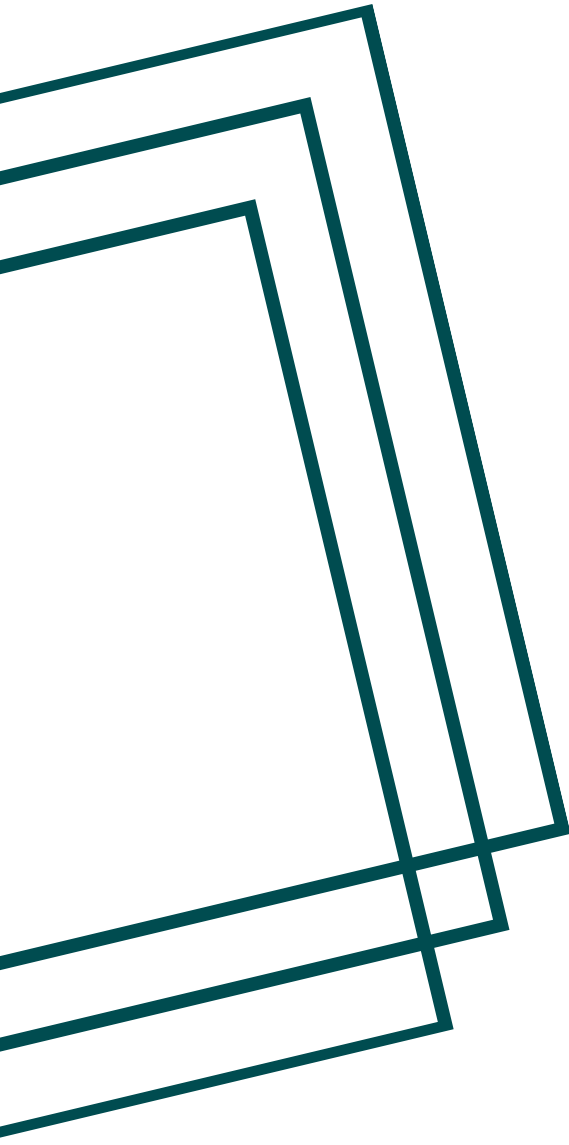
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Costa Brava

• PAISATGES DE BARCELONA

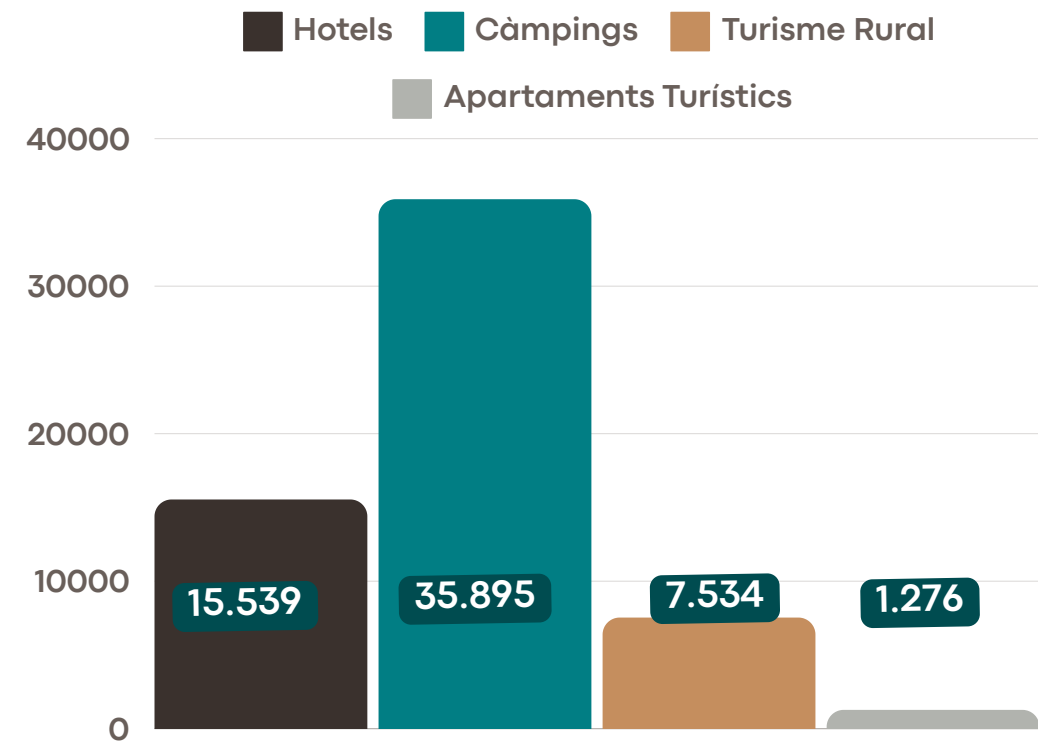


Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Paisatges de Barcelona

EL MODEL D'OFERTA
D'ALLOTJAMENT NO
ÉS UNIFORME EN LES
DIFERENTS MARQUES
TURÍSTIQUES
CATALANES

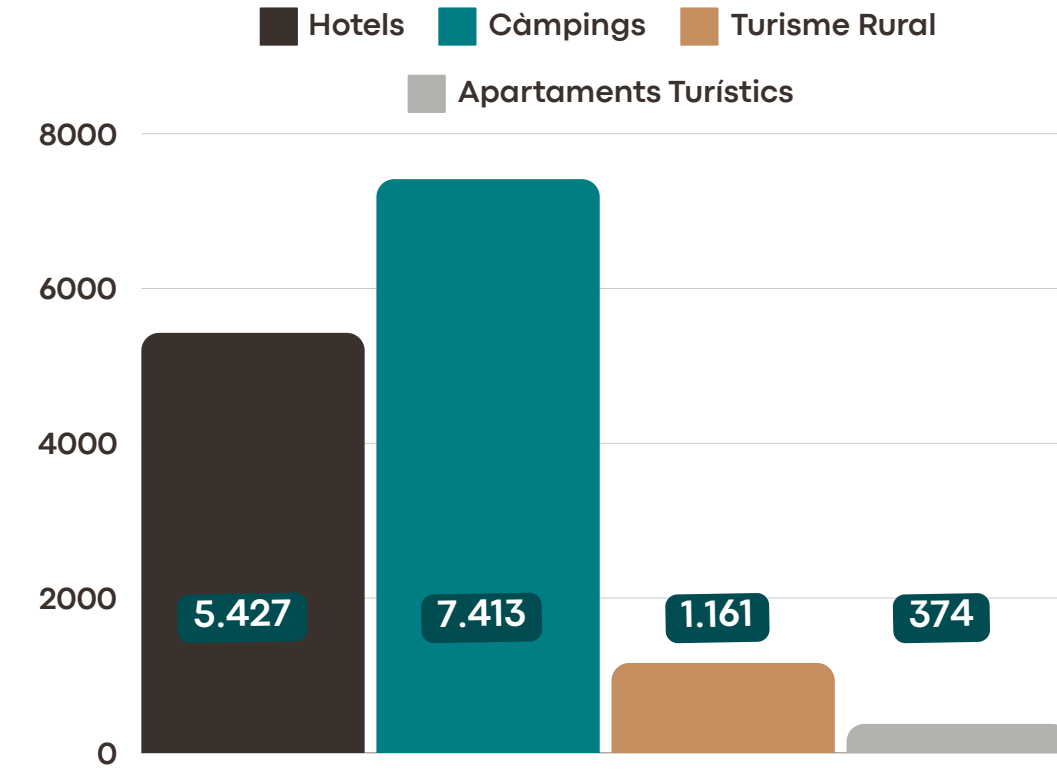


• PIRINEUS



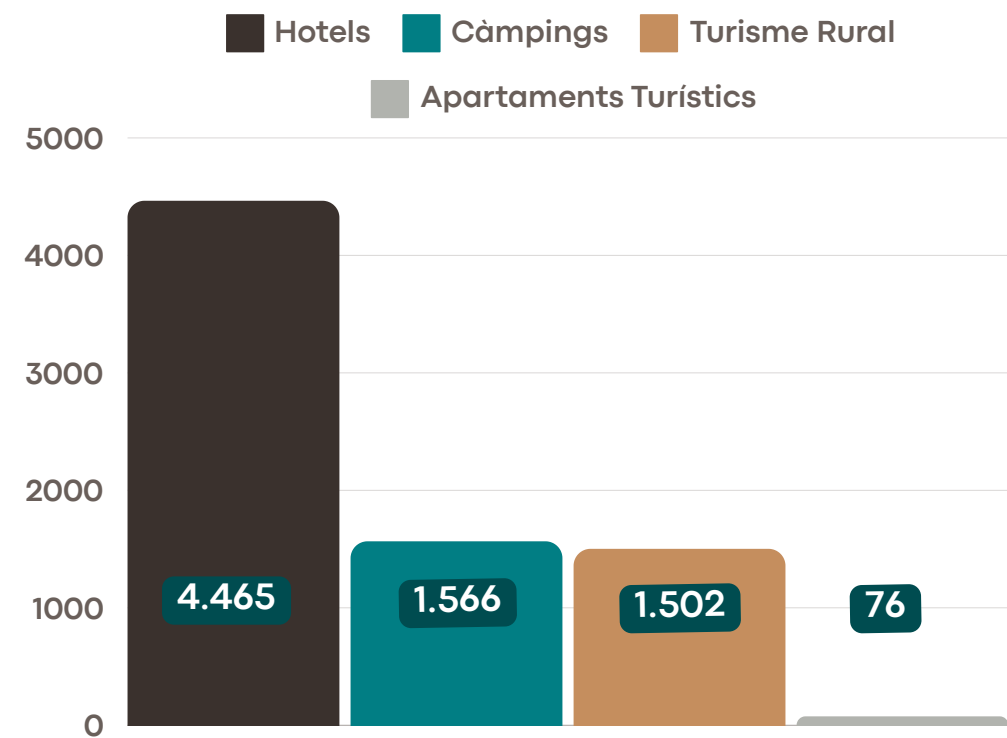
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Pirineus

• TERRES DE L'EBRE



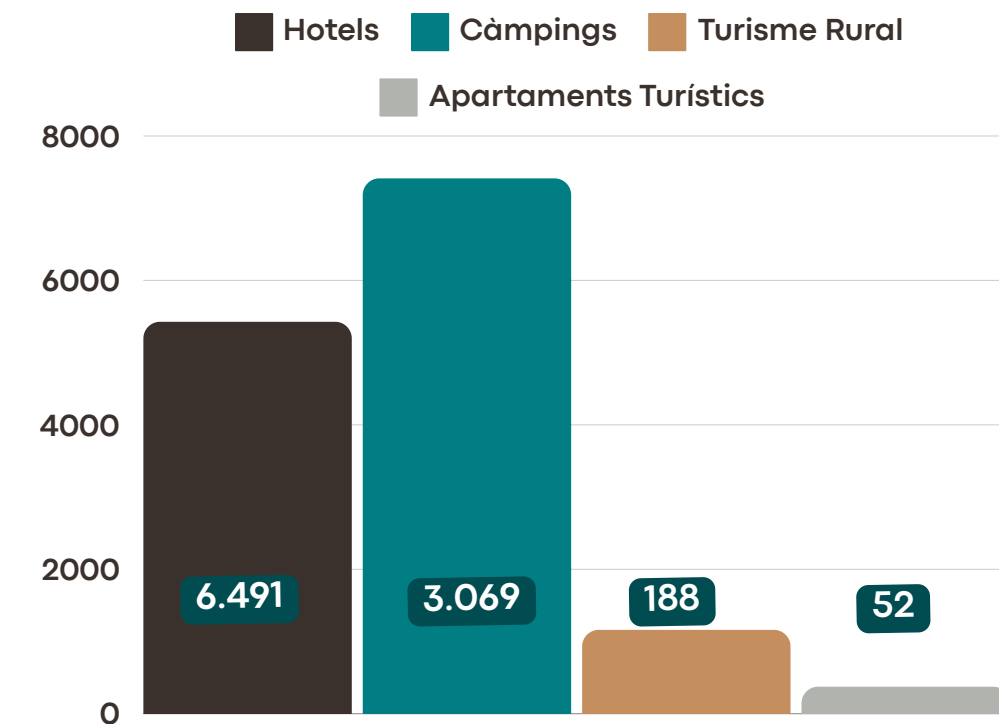
Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Terres de l'Ebre

• TERRES DE LLEIDA

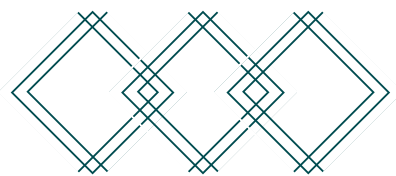


Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Terres de Lleida

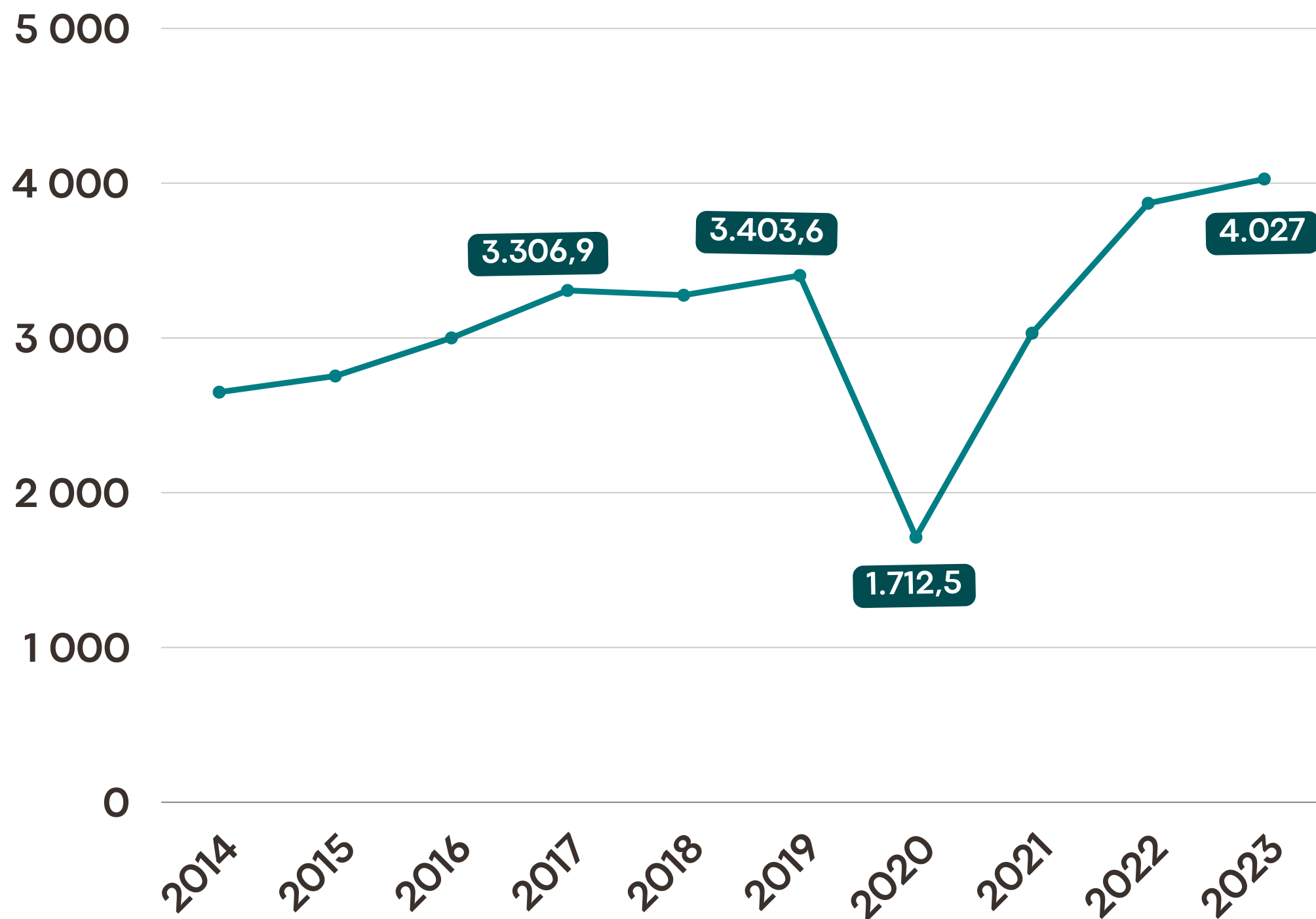
• VAL D'ARAN



Distribució per places per modalitat d'allotjament de la marca Val d'Aran



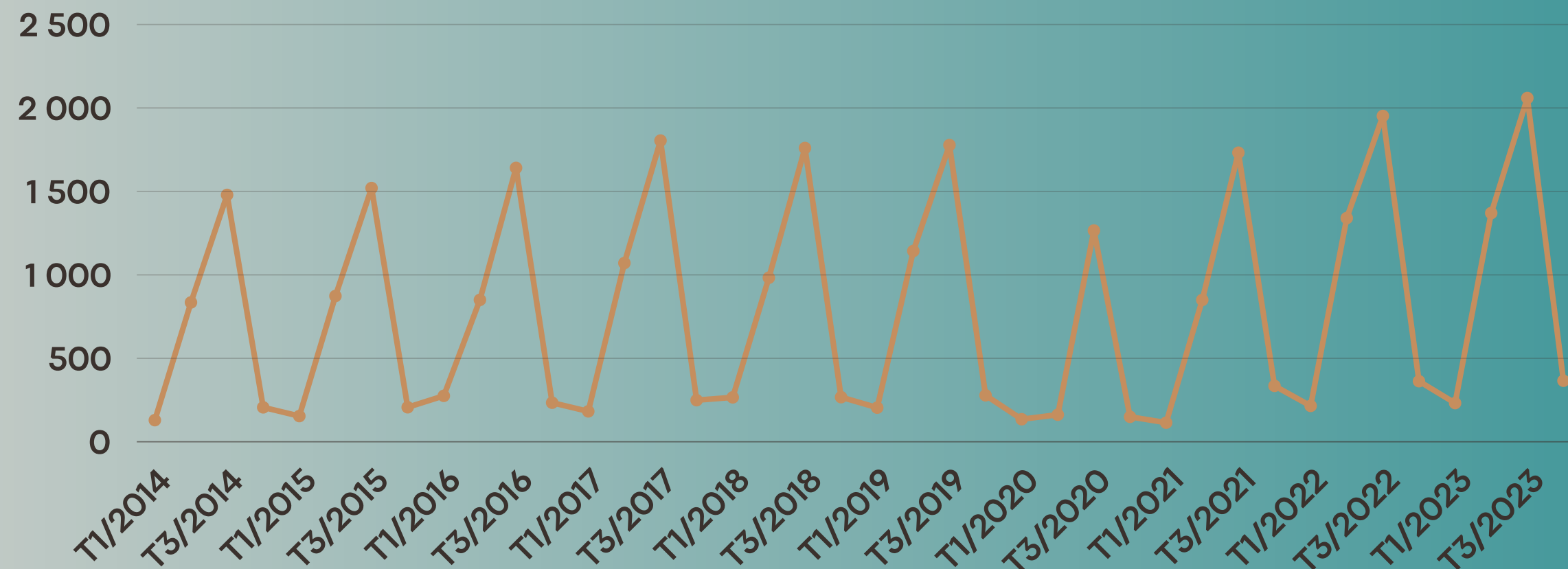
DEMANDA TURÍSTICA



Evolució històrica d'ocupació dels càmpings catalans (per milers de turistes)

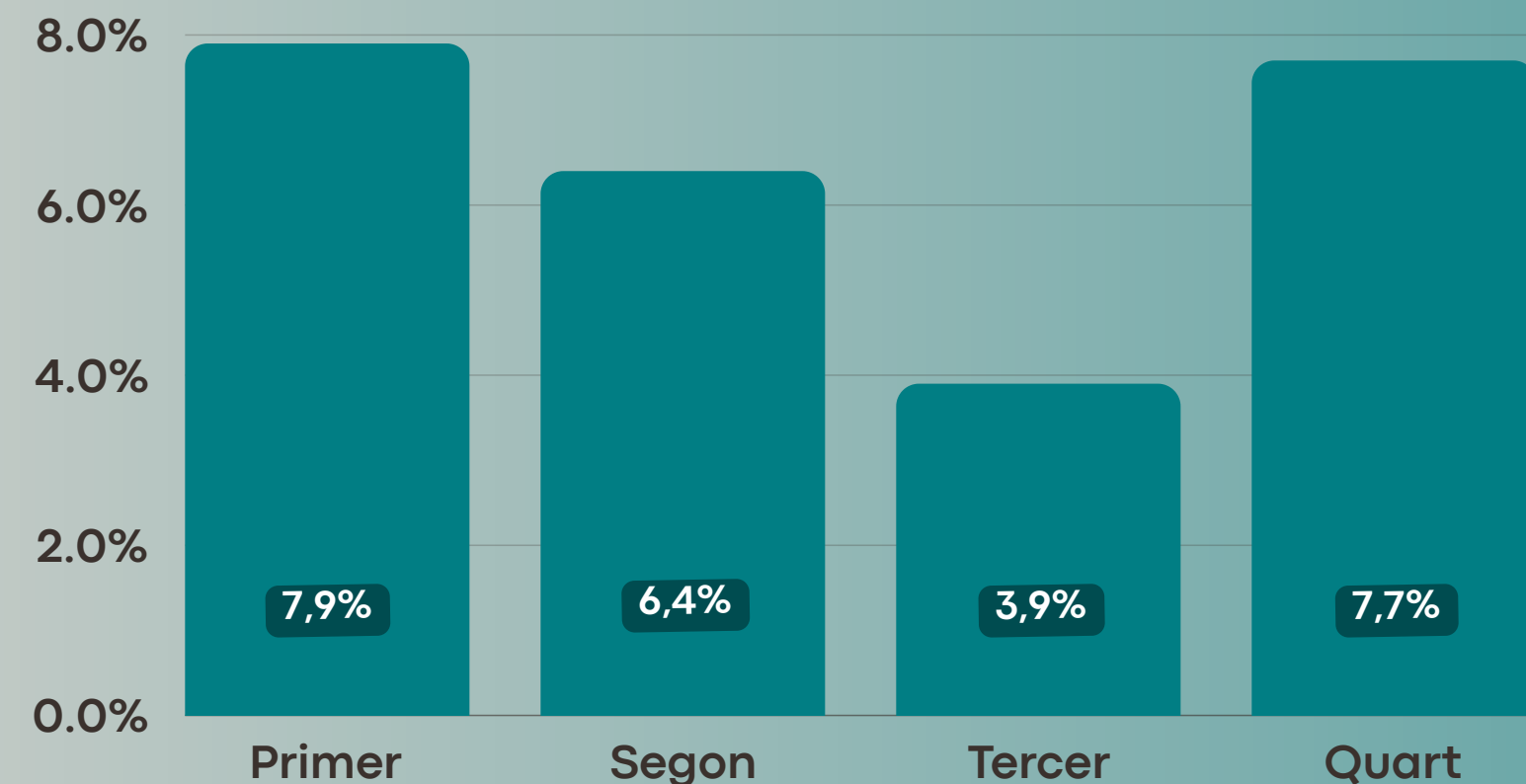
**4.026.771 M -TURISTES
ALLOTJATS EN CÀMPINGS
(2023)**

**19.248.700 M
PERNOCTACIONS TOTAL
CÀMPINGS CATALUNYA
(2023)**



MITJANA DE CREIXEMENT INTERANUAL: +- 5%.

Evolució històrica d'ocupació dels càmpings catalans per trimestres (per milers de turistes)

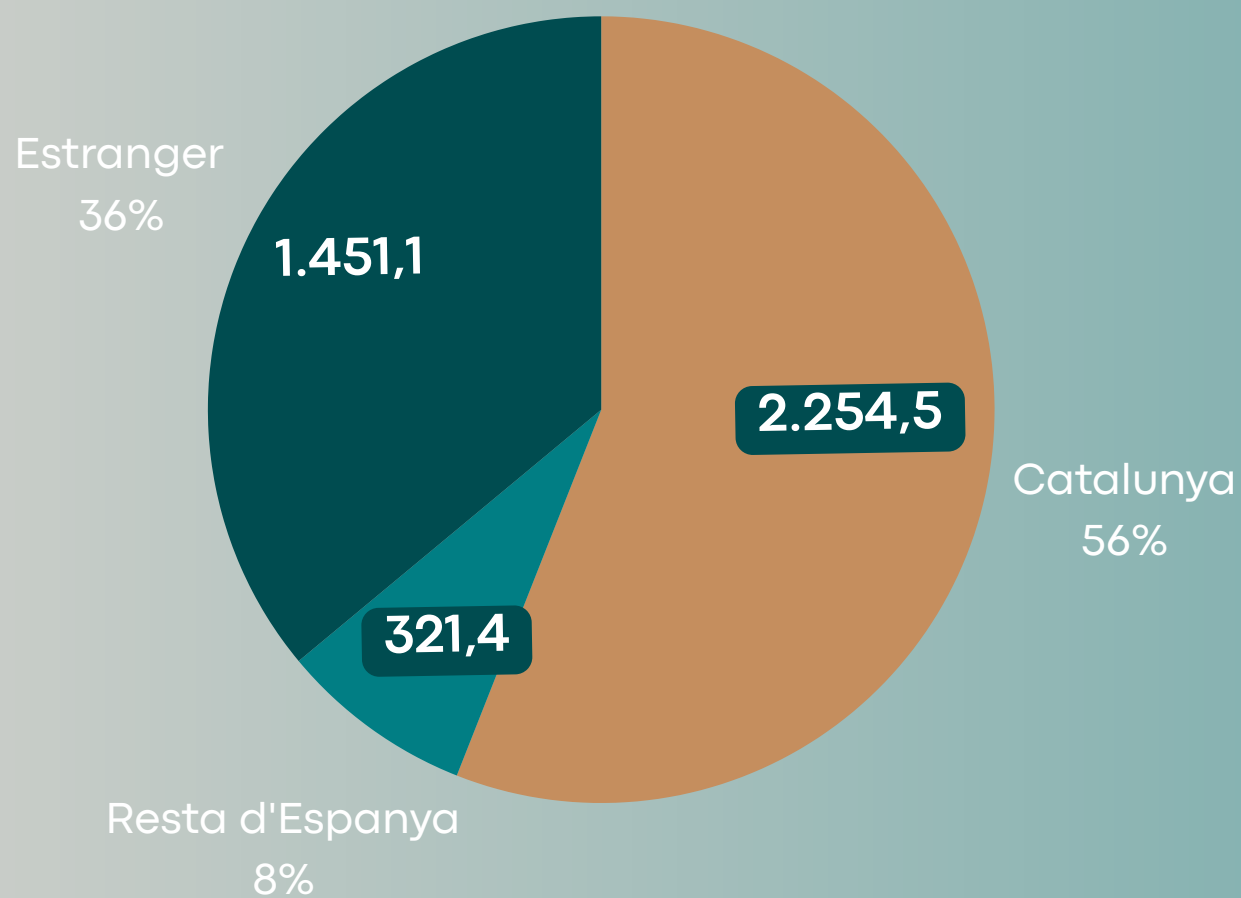


MARCADA ESTACIONALITAT, PERÒ AMB UN AUGMENT DE CREIXEMENT CONCENTRAT FORA DE TEMPORADA

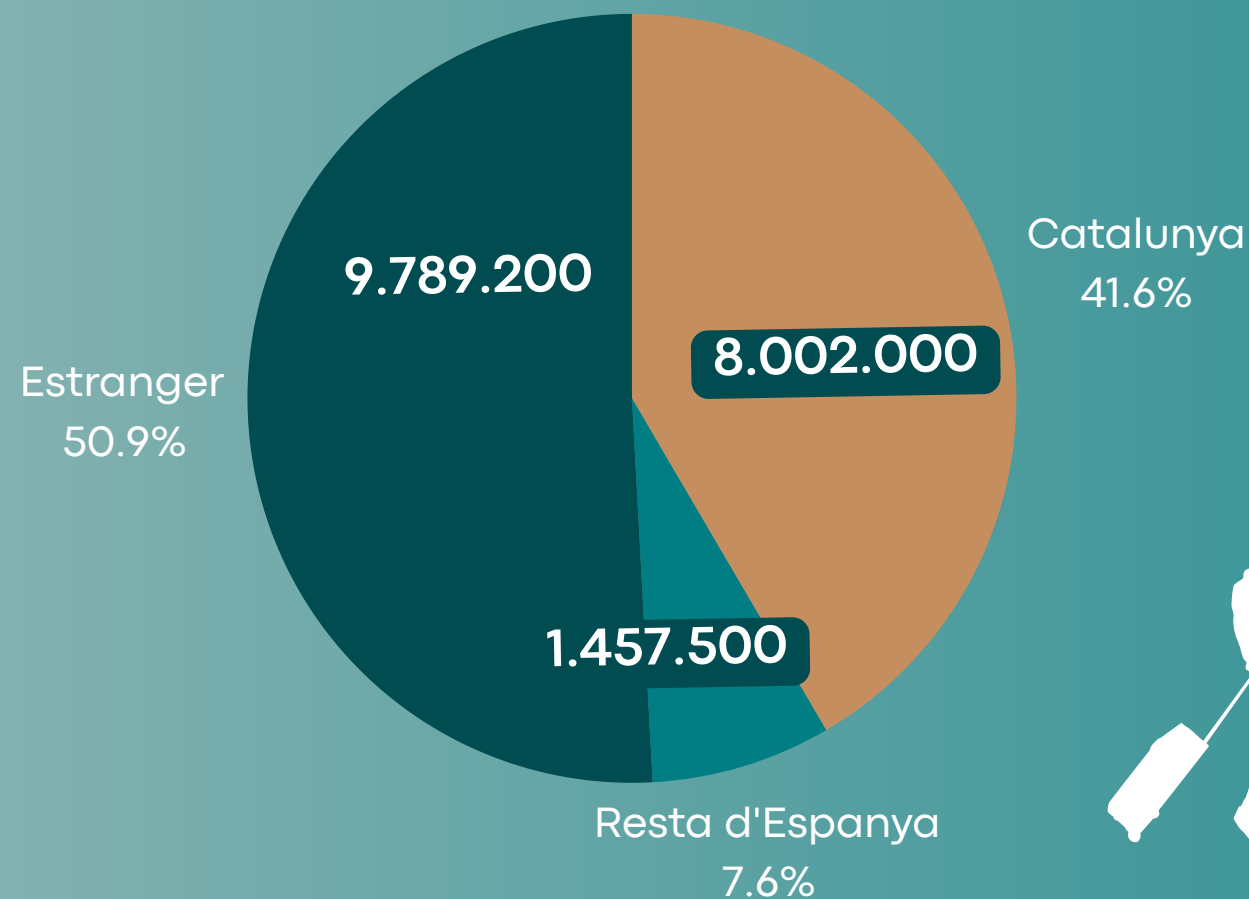
Percentatge de la mitjana d'increment trimestral en 10 anys

ORIGEN DELS TURISTES

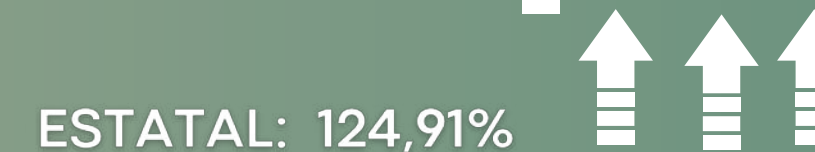
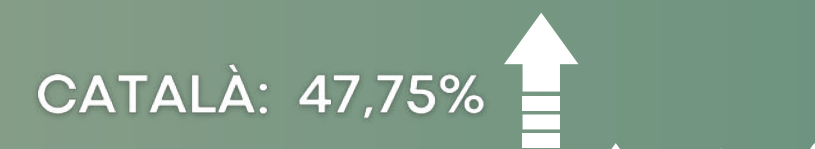
Origen dels turistes dels càmpings catalans (en milers)



Nombre de pernoctacions per origen dels turistes dels càmpings catalans



Evolució de la demanda 2014-23:



ORIGEN DELS TURISTES:

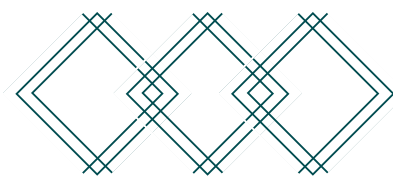
56% CATALANS
36% ESTRANGERS

ORIGEN PER PERNOCTACIONS:

50,9% ESTRANGERS
41,6% CATALUNYA

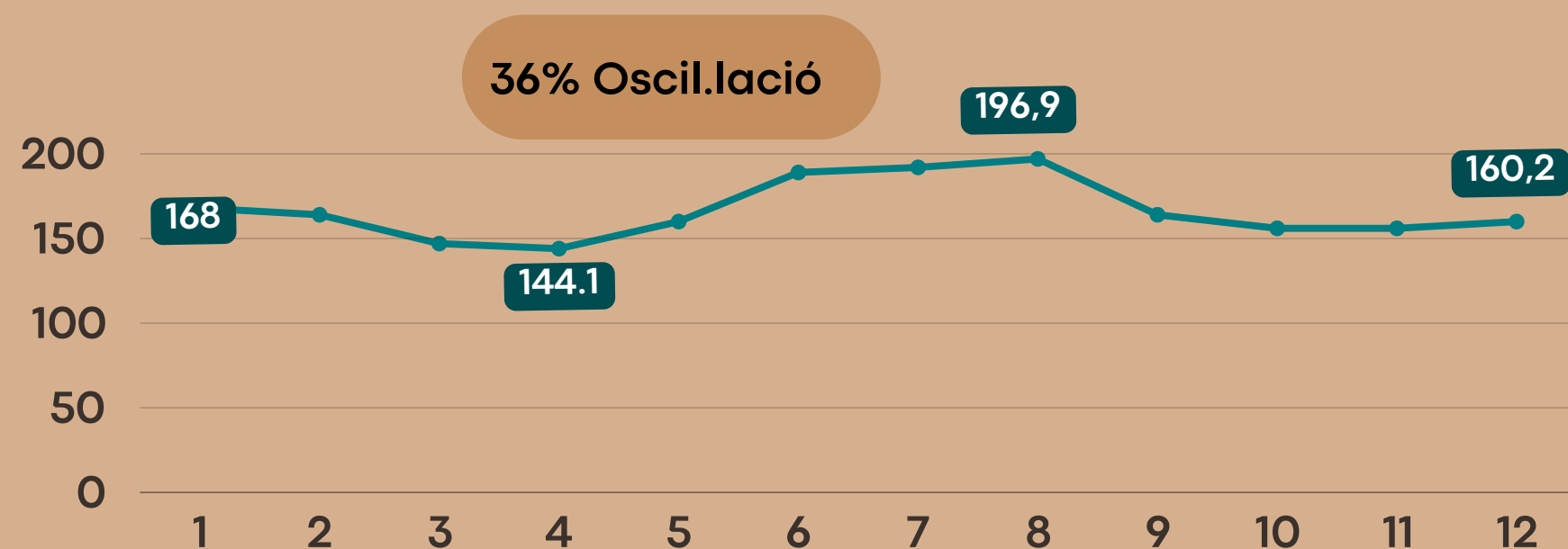
ESTADES MITJANES:

- NACIONAL: 3,54 NITS
- ESTATAL: 4,53 NITS
- INTERNACIONAL: 6,74 NITS

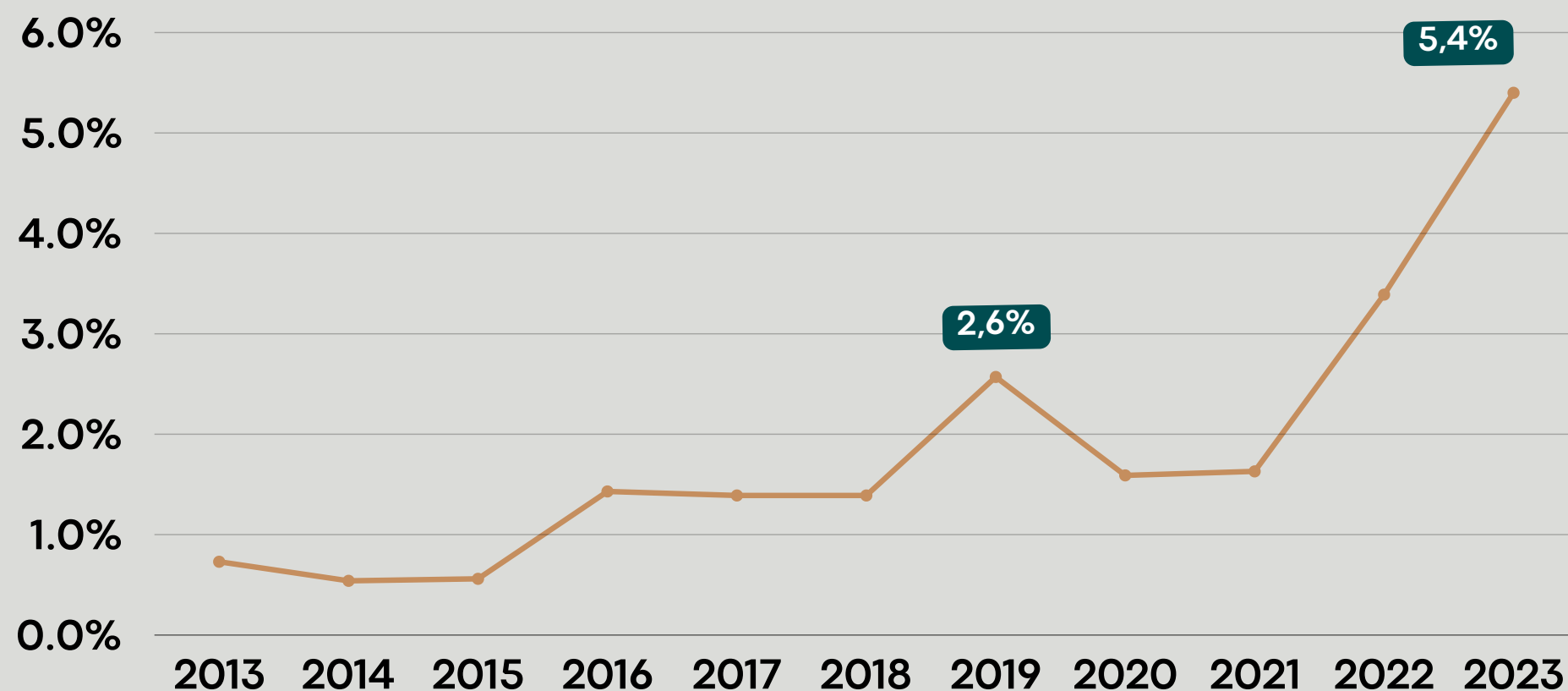


ÍNDEX DE PREUS DEL CÀMPING

índex preus càmpings 2023 per mesos de l'any

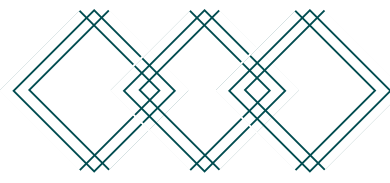


Evolució històrica en percentatge índex de preus càmpings catalans (2013-23)

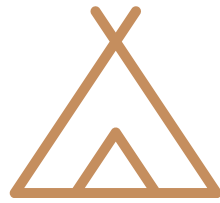


TENDÈNCIA INCREMENT
PERCENTATGE PREUS:
20,6% (2013-23) - EN
RELACIÓ A L'IPC: **22,6%**

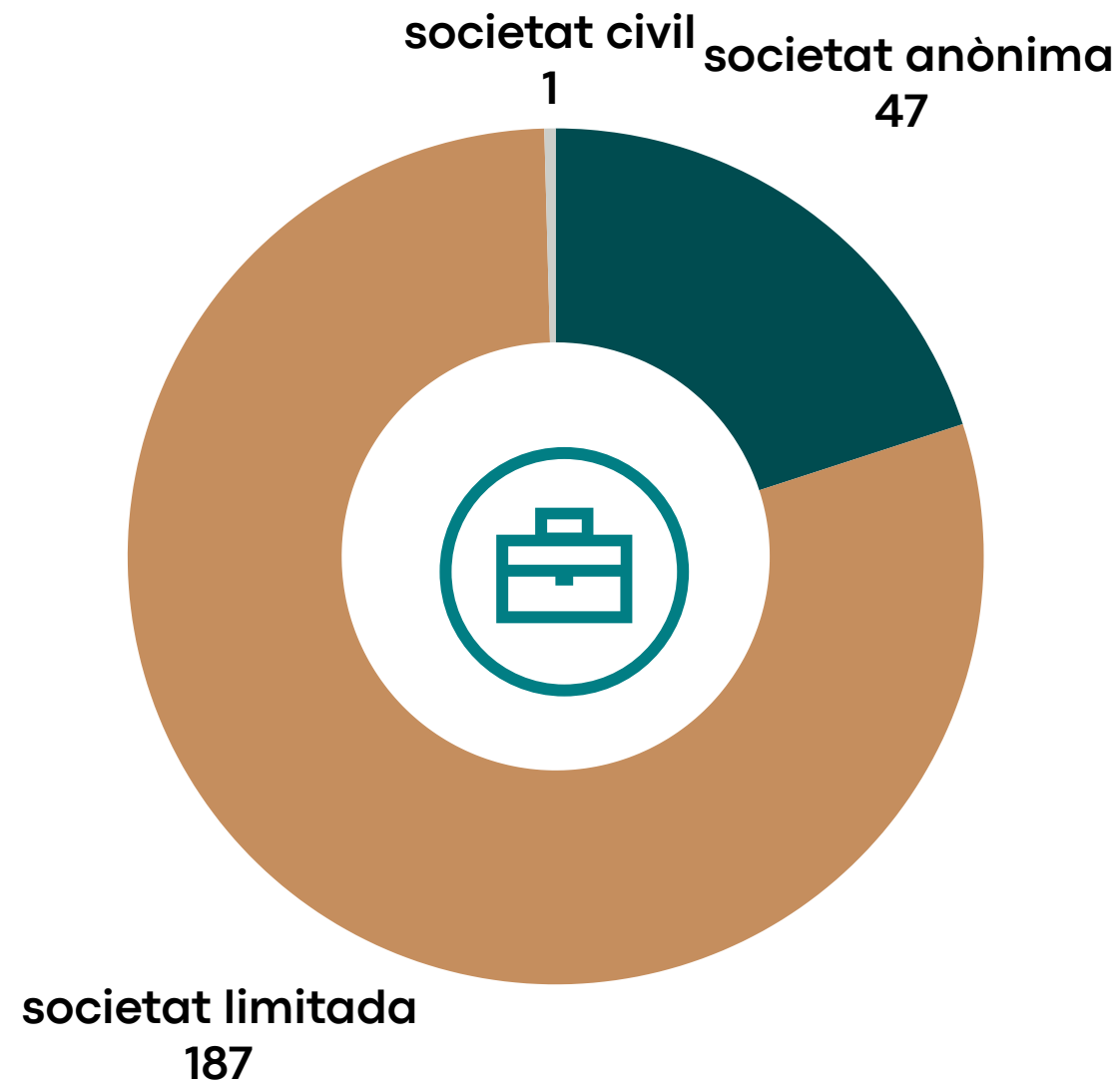




DADES DE RELLEVÀNCIA ECONÒMICA



353 > 236



Fons propis capital social de
144.115.000 €
(mitjana 500.000€)

Mitjana d'existència:
28,2 anys (mediana de 30)
13,9% (-10anys)/ 17,8% (+40 anys)

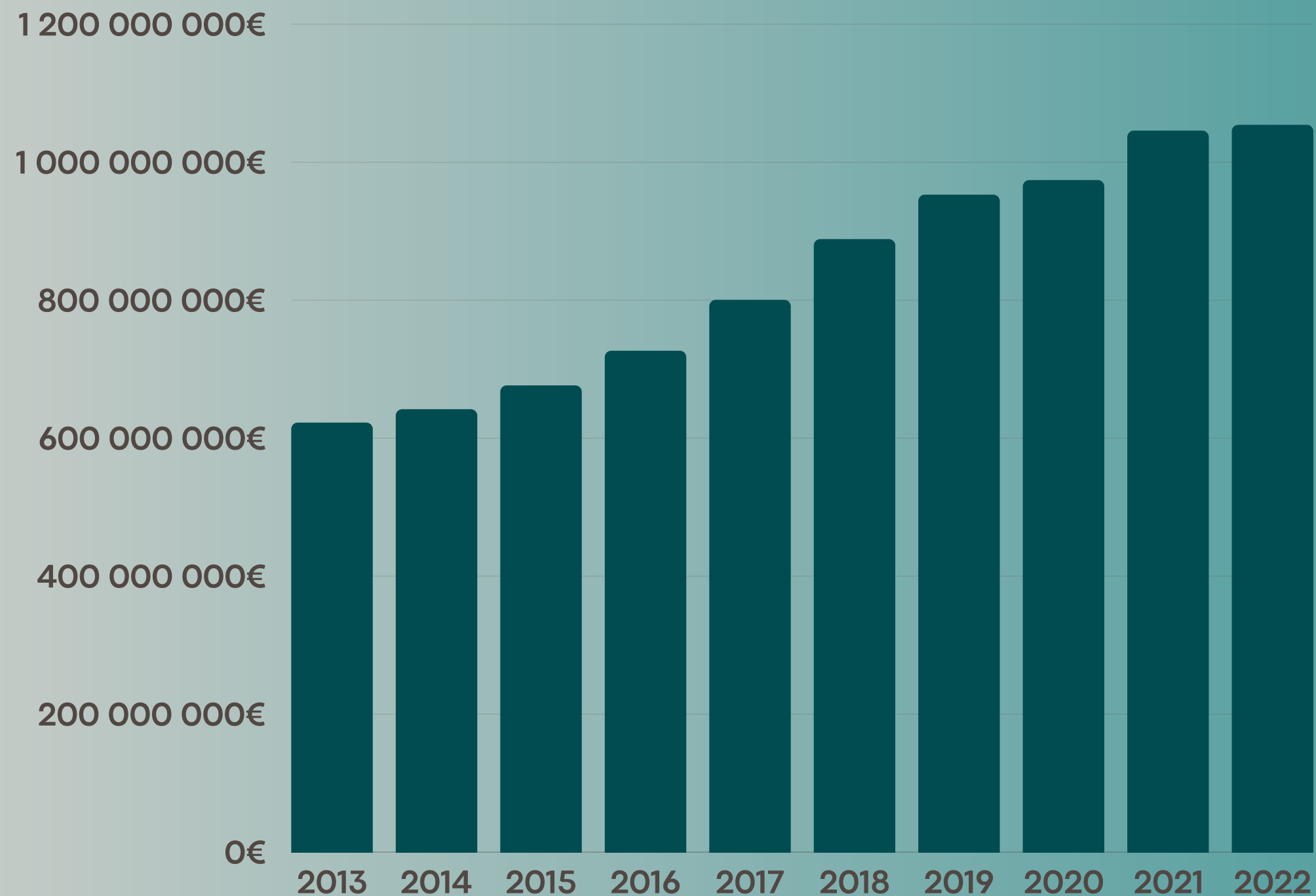
Volum actiu empresarial
(2022): **1.054.169.809 €**

Volum mitjà d'actius per
empresa (2022): **3.848.459 €**

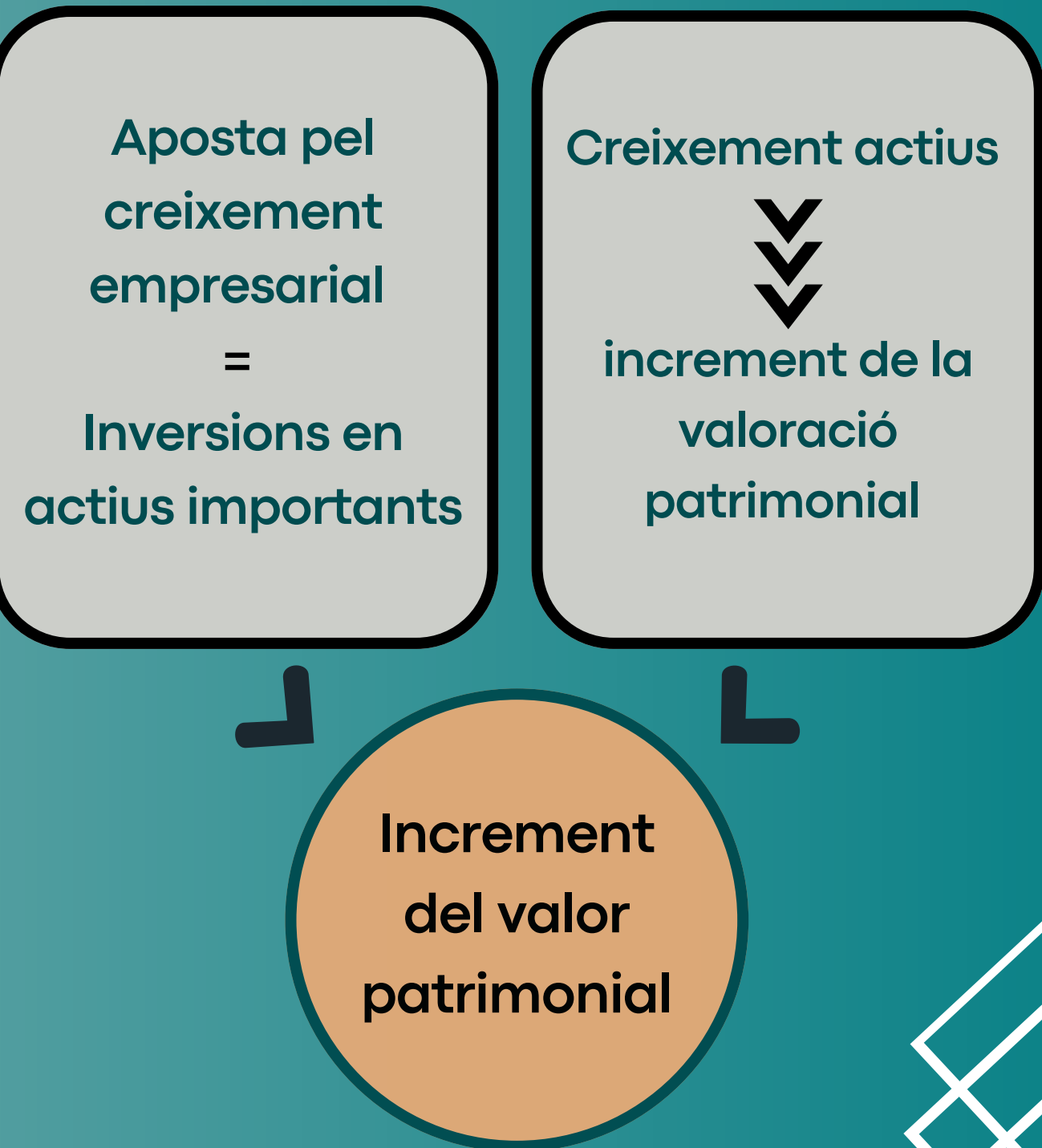
Volum d'actius immobilitzat:
73,2%
(Sense TOP-20)
Valor mitjà: **-2 ME**
98 càmpings **-1ME**

Desviació estàndard actius:
7.399.323 €

Creixement anual mitjà = 6,93%



Evolució del valor global dels actius dels càmings catalans (2013-22)



Valors 2022

Ingressos
explotació:
538.701.171 €

Ingressos
mitjans x
explotació:
1.975.870 €

Desviació
estàndards
ing. expl.:
3.281.516 €

Resultat
agregat expl.:
61.495.629 €

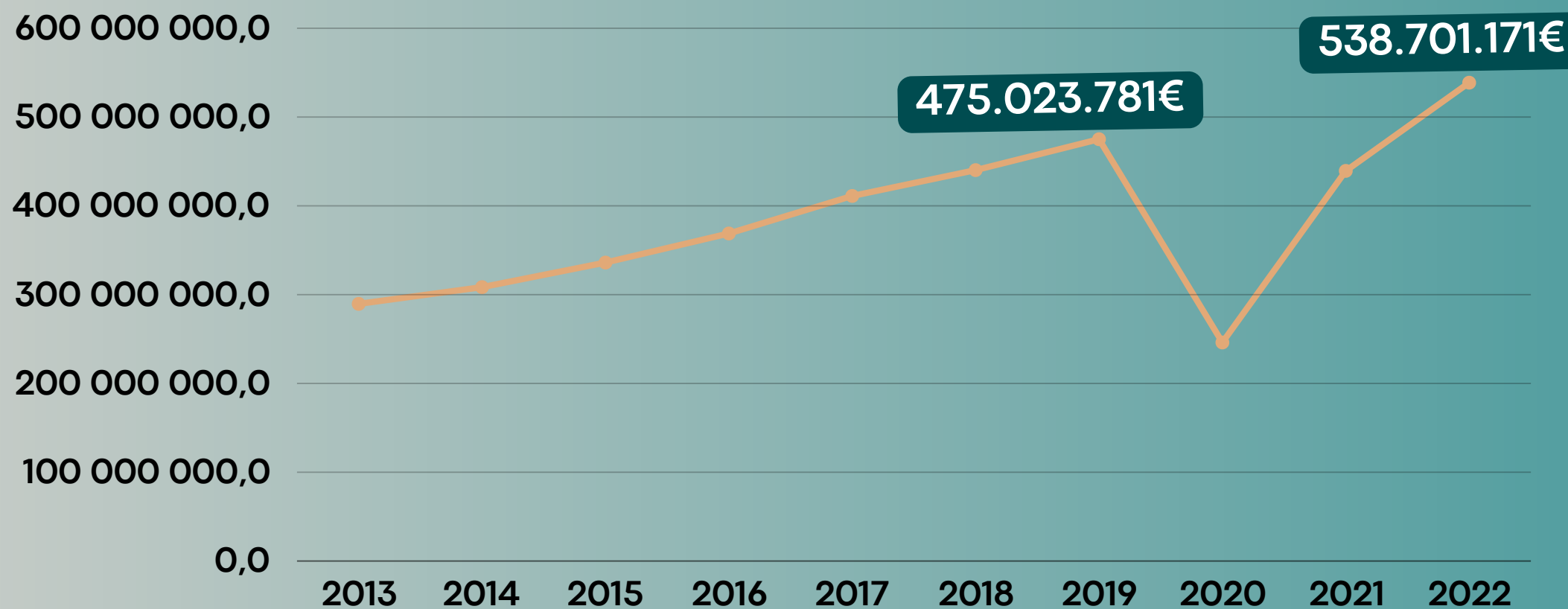
Resultat mitja
explotació:
224.501 €

Desviació
estàndard
resultats:
609.911 €

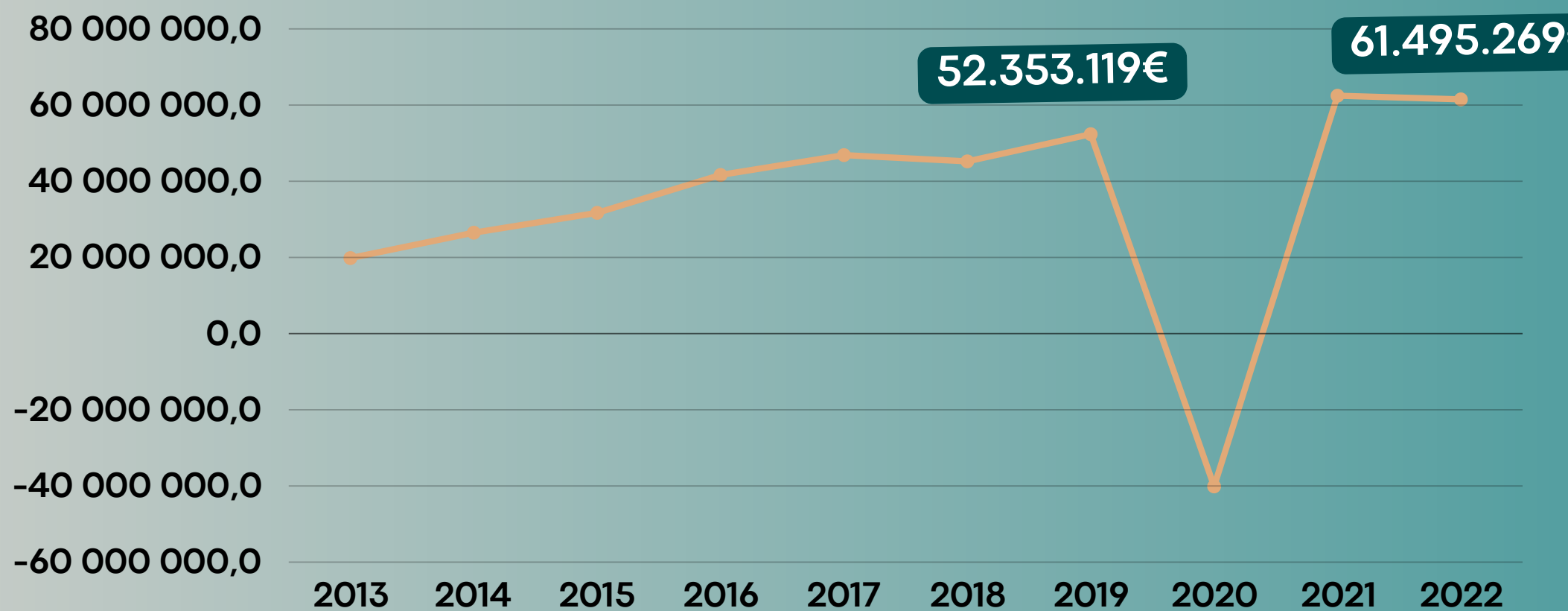
Empreses
amb resultats
negatius:
30 = 12,7%

Rendibilitat
econòmica.
mitjana
8,44%

Correlació clara entre variables de volums d'actius i volums de facturacions i també de beneficis. Important que la rendibilitat econòmica no es troba correlacionada amb aquestes variables.



Ingressos explotació (2013-22)



Resultat agregat explotació (2013-22)

Equilibri

Cert equilibri increment de la demanda / creixement de la facturació

=

4,6% (ingressos de facturació)

6,8% (interanual els beneficis)

Eficiència

Major eficiència del sector en rendibilitzar l'estada dels turistes, on increments de facturació es traslladen de manera més accentuada en marges de beneficis empresarials.

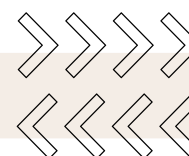
Recuperació

Trencament clar, on els càmpings durant l'any 2020 varen haver d'assumir una clara caiguda en el volum de facturació del 48%, amb un ràpid retorn a valors esperats de facturació com de beneficis.

+ 500 MILIONS € D'INGRESSOS

Els resultats empresarials dels càmpings no deixen cap dubte de la seva musculatura global com a empreses líders i capaces de generar valor econòmic i empresarial al territori. Uns volums d'ingressos que superen els 500 milions d'euros.

RELACIÓ INGRESSOS



DIMENSIONS EMPRESES CÀMPING

Els ingressos empresarials estan molt condicionats per les dimensions de les empreses de càmping, que es correlacionen amb el seu actiu. Aquest fet també incideix directament amb la capacitat de generació de beneficis, essent en valors absoluts més baixos en empreses de càmpings de reduïdes dimensions.

NOMÉS +- 10% D'EMPRESES AMB RESULTATS NEGATIUS

Una situació positiva del global del sector pel que fa als seus beneficis empresarials, on poc més del 10% de les empreses presenten resultats d'explotació negatius a l'any 2022. Aquests se situarien en la franja de l'11,4% respecte al seu volum de facturació, generant una clara capacitat de maniobra.

RENDIBILITAT ECONÒMICA MITJANA DEL 8,44%

La rendibilitat econòmica de les empreses de càmpings és netament positiva, situant la mitjana al 8,44%, netament per sobre del 6,4% de la mitjana empresarial catalana.

RENDIBILITAT ECONÒMICA NO LLIGADA ALS ACTIUS

La rendibilitat econòmica no es troba correlacionada amb les dimensions (vinculades a actiu) dels càmpings, i podem trobar rendibilitats altes en càmpings de baix volum d'actius. El model i la proposta competitiva que facin independentment de les seves dimensions, és el factor determinant de la rendibilitat.

Treballadors assalariats



(2022)

Total de treballadors

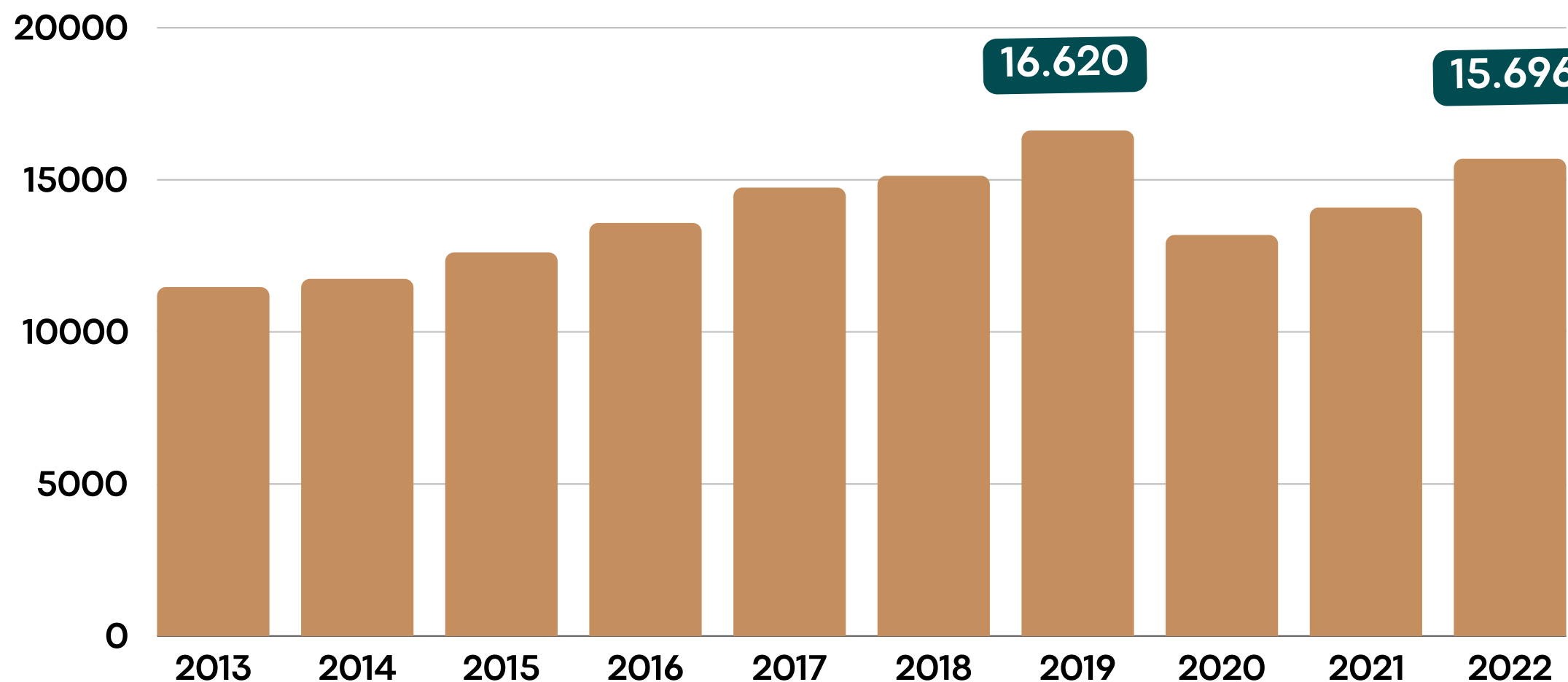
15.695

Mitjana per empresa

43

Cost treballadors principal partida del cost del compte de resultats = **132.810.271 €** (**24,6%**)

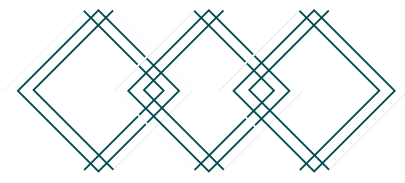
Cost de personal: **31.451,4 €** (mitjana estatal 34.058,8 €- 8,29% menys)



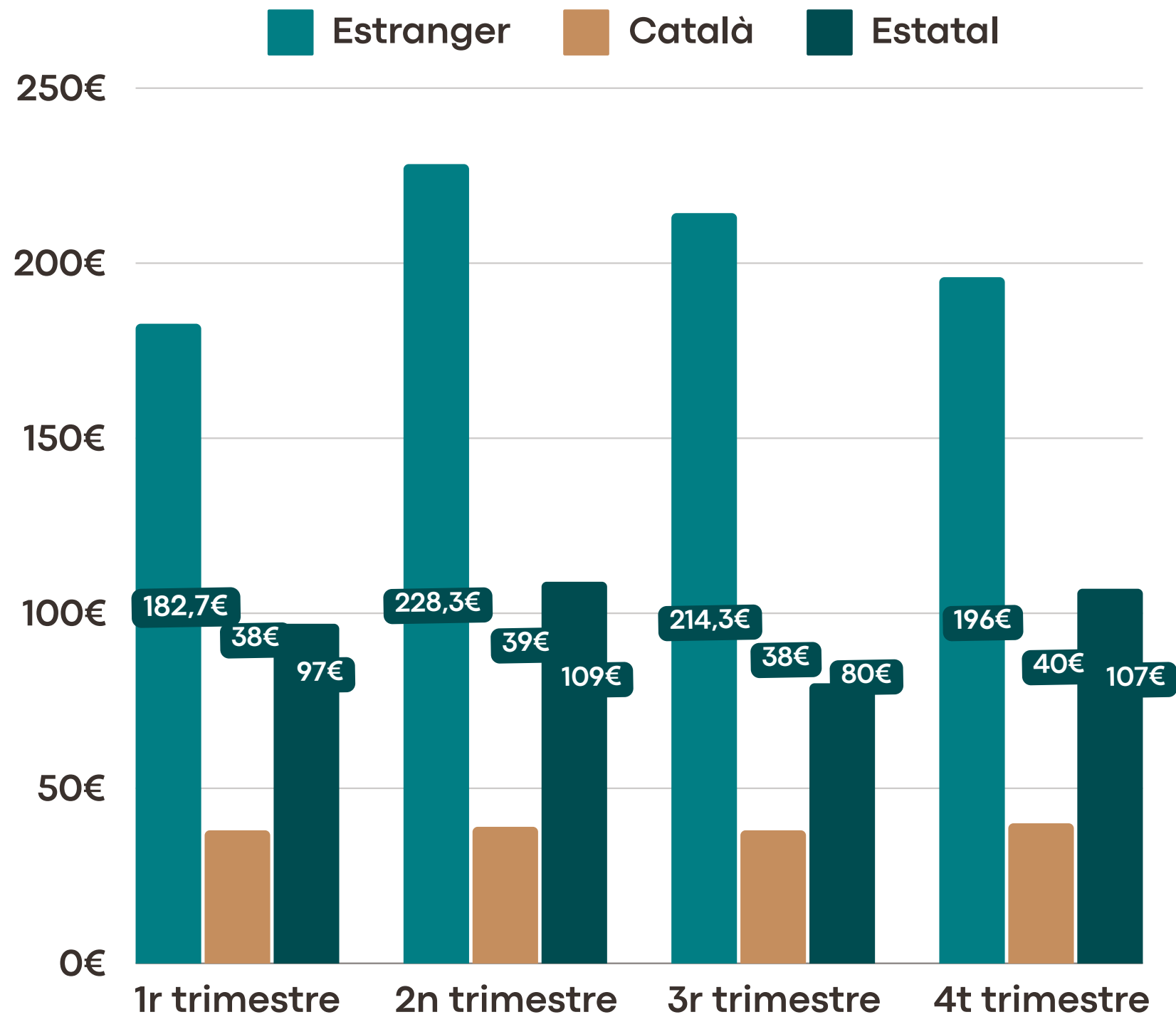
Evolució del nombre de treballadors dels càmpings catalans

Estabilitat

- Increment ocupació 2013-22 = **36,2%** sota de l'increment de facturació
- Major facturació/ Major ocupació laboral
- Aposta sector treballadors:
 - 2020:
 - caiguda facturació 48%
 - retallada laboral 20,6%



IMPACTE ECONÒMIC



Distribució de la despesa turística per origen, persona i dia

	Estranger	Català	Estatal	Total
1r trimestre	33.493.650 €	13.886.026 €	6.452.329 €	53.832.005€
2n trimestre	478.707.387 €	112.383.216 €	57.175.991 €	648.266.594 €
3r trimestre	1.389.579.327 €	172.607.023 €	66.147.770 €	1.628.334.120 €
4t trimestre	96.824.902 €	27.159.828 €	13.225.167 €	137.209.897 €
Total	1.998.605.265 €	326.036.093 €	143.001.257 €	2.467.642.616 €

Ponderació del pes relatiu dels diferents mercats per trimestre, imputant en cada cas la despesa persona dia associada

Efecte invers
proximitats
d'origen
/despesa
persona dia



TOTAL: 2.500 ME

Estranger: 2.000 ME- 81%

Català: 326 ME- 13,2%

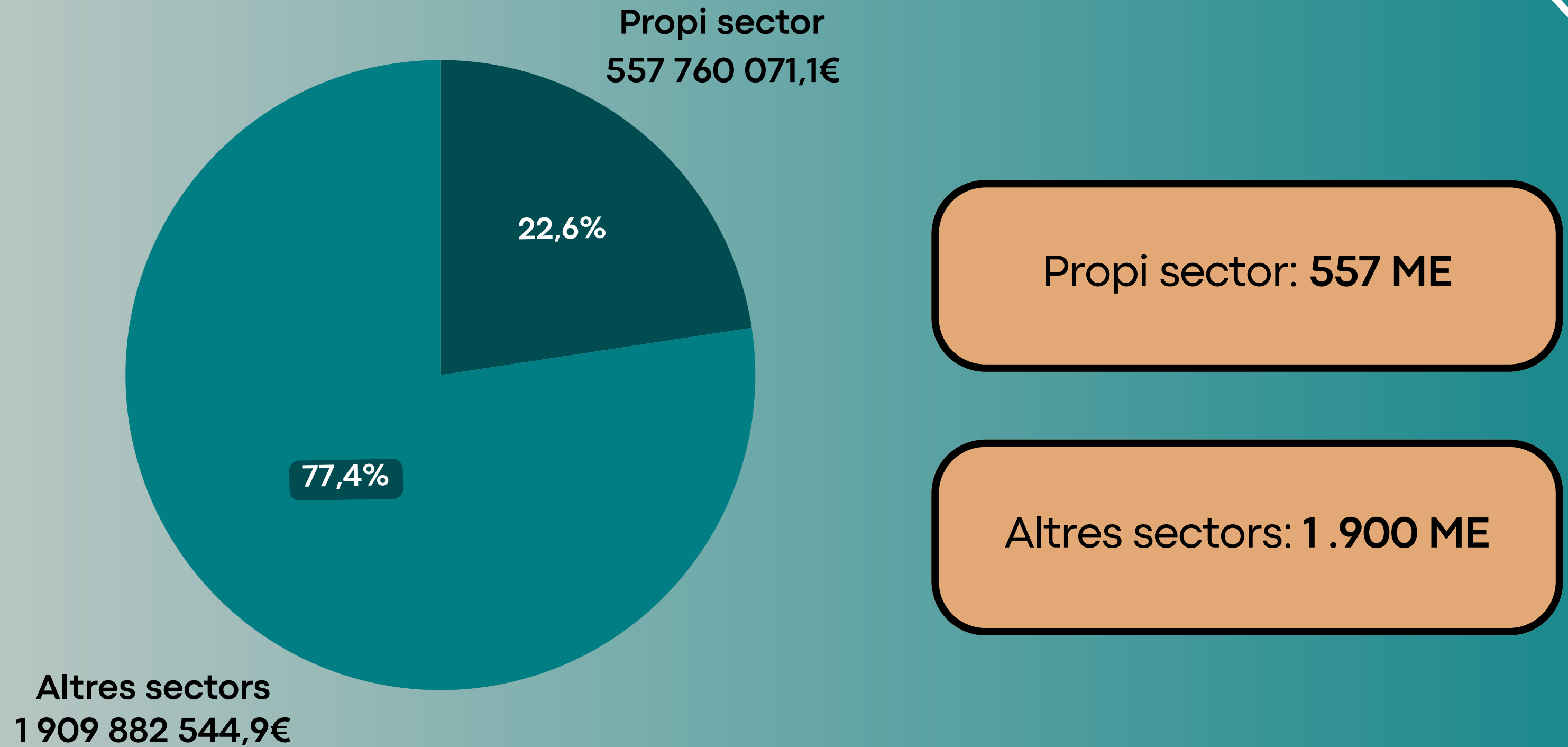
Estatal: 143 ME

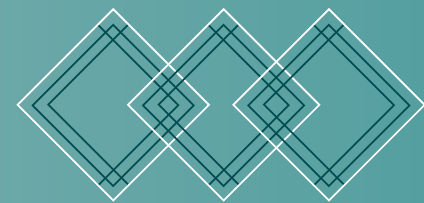
	Pes relatiu	Impacte econòmic
Despesa transport	29,3%	722.668.585,3 €
Despesa en allotjament	22,6%	557.760.071,1 €
Despesa en manutenció	17,2%	424.559.835,0 €
Despesa en activitats	21,8%	537.003.246,6 €
Altres despeses	9,1%	225.650.878,1 €
Total		2.467.642.616,1 €

Allotjament un volum total de 557.760.071,1 €.
Dades INE Allotjament: Resultats financers 538.701.171 €
Diferencial de les dues metodologies = 3,42 %.

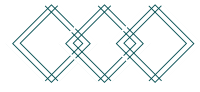


Impacte econòmic del sector del càmping a Catalunya





3. APORTACIONS QUALITATIVES DELS CÀMPINGS AL SECTOR I A LA SOCIETAT



APORTACIONS QUALITATIVES DELS CÀMPINGS AL SECTOR I A LA SOCIETAT



1. DESESTACIONALITZACIÓ



2. OCUPACIÓ I LLOCS DE TREBALL



3. MILLORA D'IMATGE I OFERTA TURÍSTICA



4. SEGELLS DE QUALITAT



5. TREBALL EN XARXA



6. TRANSICIÓ ENERGÈTICA



7. RECURSOS HÍDRICS



8. ECONOMIA CIRCULAR



9. DIGITALITZACIÓ



10. MOBILITAT



**11. SINERGIES AMB
D'ALTRES SECTORS I
TERRITORI**



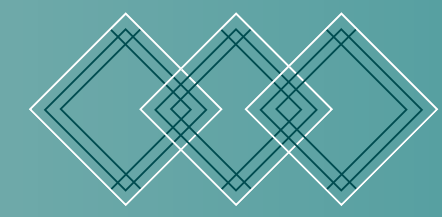
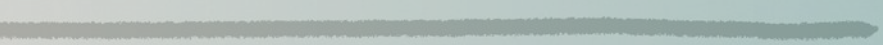
**12. CREACIÓ DE PRODUC-
TES I EXPERIÈNCIES
SOSTENIBLES**



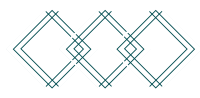
**13. ACCESSIBILITAT
TURÍSTICA**



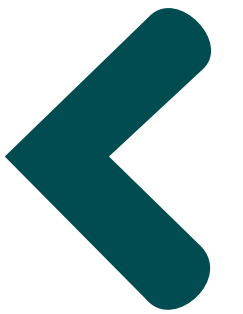
**14. RESPONSABILITAT
SOCIAL CORPORATIVA**

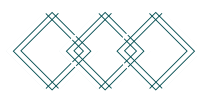


4. PRINCIPALS CONCLUSIONS



EL TURISME A CATALUNYA HA
TINGUT, TÉ I TINDRÀ ADN DE
CÀMPING



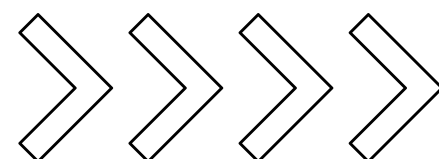


PRINCIPALS CONCLUSIONS



IDEA FORÇA 1: NO ES POT ENTENDRE L'OFERTA I DEMANDA TURÍSTIQUES CATALANES SENSE EL SECTOR DEL CÀMPING

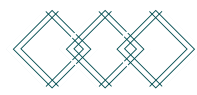
Aquest fet és molt rellevant, ja que pel que fa a oferta ens trobem davant de l'evidència que el càmping representa, amb 266.829 places, el 43,7% de l'oferta turística i assoleix fins a quasi 20 milions de pernoctacions anuals, amb un model de creixement sostenible entorn el 5% anual.



IDEA FORÇA 2: LES EMPRESES DE CÀMPING MOSTREN UNA SOLIDESA COMPETITIVA CONTRASTADA

Tots els indicadors econòmics per analitzar les empreses turístiques del càmping i els seus estats financers i comptables, ens mostren un sector completament sòlid. Un sector que inverteix en actius de l'empresa i que té uns comptes empresarials sanejats.



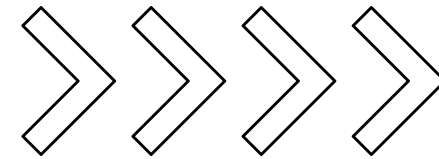


PRINCIPALS CONCLUSIONS



IDEA FORÇA 3: L'IMPACTE ECONÒMIC DEL SECTOR DEL CÀMPING ÉS RELLEVANT PER L'ACTIVITAT TURÍSTICA CATALANA

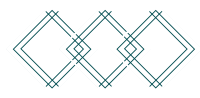
Estem davant d'un sector rellevant econòmicament, amb un impacte al voltant dels 2.500 milions d'euros, que és capaç de contribuir en pràcticament 2.000 milions d'euros a l'activitat econòmica de les destinacions.



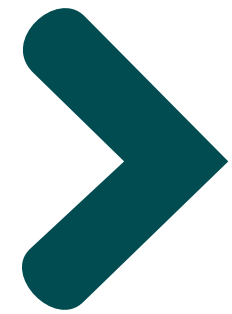
IDEA FORÇA 4: EL SECTOR DEL CÀMPING VOL LIDERAR I SER PARADIGMA DE LES TRANSFORMACIONS DEL MODEL TURÍSTIC AMB UN CLAR COMPROMÍS TERRITORIAL

L'aposta del sector del càmping és actualment una aposta per la sostenibilitat en tots els seus eixos, alineant cada cop més les seves propostes competitives amb els ODS o encaminant els seus passos amb el Compromís Nacional per un Turisme Responsable.

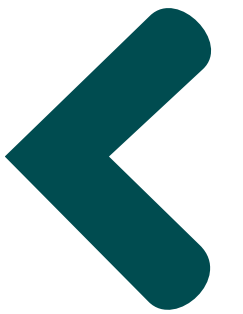




PRINCIPALS CONCLUSIONS



MOLT CAMÍ RECORREGUT,
MOLT CAMÍ PER RECÓRRER



ESTUDI D'IMPACTE ECONÒMIC
EL SECTOR DEL CÀMPING A CATALUNYA

2024

GRÀNCIES PER LA
SEVA ATENCIÓ