

CAMPING URBÀ MUNICIPAL A LA CIUTAT DE VALÈNCIA

DOSSIER DE PREMSA

1. Context turístic.
2. Fer Càmping és fer ciutat.
3. Òrgan de gestió.
4. Avanç de pressupost.
5. Viabilitat financera.
6. Annex gràfic.

- *Promou*

Grup Municipal Compromís.

- *Autors de la proposta*

David Estal, arquitecte.

Ramon Marrades, economista urbà.

- *Col·laboradors*

Chema Segovia.

Espai MGR.

Marina Senabre.

- *Consultats*

Aitor Varea, Antonio Gallud, Arturo Sanz, Carmel Gradolí, Dolors Jimeno, Mariví Martín, Miguel del Rey, Pep Benlloch, Vicent Martínez, Vicent Monfort, Tato Herrero.

- *Agraïments.*

Associació de Veïns de Campanar, Montessori School, Bioparc, Càmping Devesa Gardens.

1. Context turístic

- En els darrers anys el turisme a València ha crescut de forma exponencial (entre les 10 millors ciutats per visitar segons Lonely Planet 2011). Des de la visita de '*el centro en tres horas*' fins a ser un punt reconegut al món. Dels 1.124.441 de turistes en 2004 fins als 1.547.727 en 2010 (un creixement del 38% en 5 anys).*

- A més, València és capdavantera en la formació de professionals de la gestió turística i hotelera, i el sector és motor de l'economia.

- Però el creixement ha estat desequilibrat:
 - a. Augment sobredimensionat de l'oferta d'hotels de 4 i 5 estrelles (luxe). El 87% de totes les places hoteleres noves entre 2004 i 2010.
 - b. S'ha disparat el número de *youth hostels* (998 places).
 - c. Són ofertes segmentades per edat.
 - d. El creixement també ha estat desequilibrat per barris: La Saïdia, l'Olivereta, Patraix, Jesús, Algirós, Benimaclet, Rascanya o els Pobles del Nord no tenen cap plaça hotelera.

- Tant el model de turisme d'esdeveniments com el de turisme de botellot corren risc d'esgotament. L'estratègia turística ha de fomentar la sostenibilitat (mediambiental, social i econòmica), evitar l'excessiva especialització, ser un element sòlid del nou model productiu per superar la crisi econòmica i incorporar elements innovadors de gestió i màrqueting.

- Hi han elements en València d'un valor turístic incalculable i únics que no s'han posat en valor adequadament (en essència una Ciutat de les Arts i les Ciències es pot trobar en qualsevol ciutat que pugui pagar-la, però un Benimaclet només es fruit del pas dels anys, el solapament d'experiències personals i culturals i d'un context irreplicable).
 - a. Els altres centres històrics: Patraix, Campanar, Benimaclet, el Cabanyal, Russafa i les pedanies.
 - b. L'Horta i el patrimoni hidràulic.
 - c. El llit del riu i el parc fluvial del Túria.
 - d. La processó del Corpus i les Falles.
 - e. Els elements culturals únics com La Gallera, el Trinquet de Pelai, etc.

* Totes les dades provenen de la conselleria de Turisme

- Reclamem satisfer la demanda potencial de turisme cultural, d'esports i de caire familiar i d'aire lliure. Un turisme respectuós amb el medi ambient i interessat pel territori.
- El turisme de càmping i caravàning mereix la posada en marxa d'una política específica per les següents raons:
 - a. Opció d'accés a València.
 - b. No competència amb l'oferta hotelera privada, és un producte turístic en sí.
 - c. La Fundación Valencia Turisme (Valencia Convention Bureau), la màxima institució de difusió turística de la ciutat, no té a cap empresa de càmping com associada i, ni tan sols ofereix l'opció de càmping entre les possibilitats d'allotjament que apareixen en la seua pàgina web.

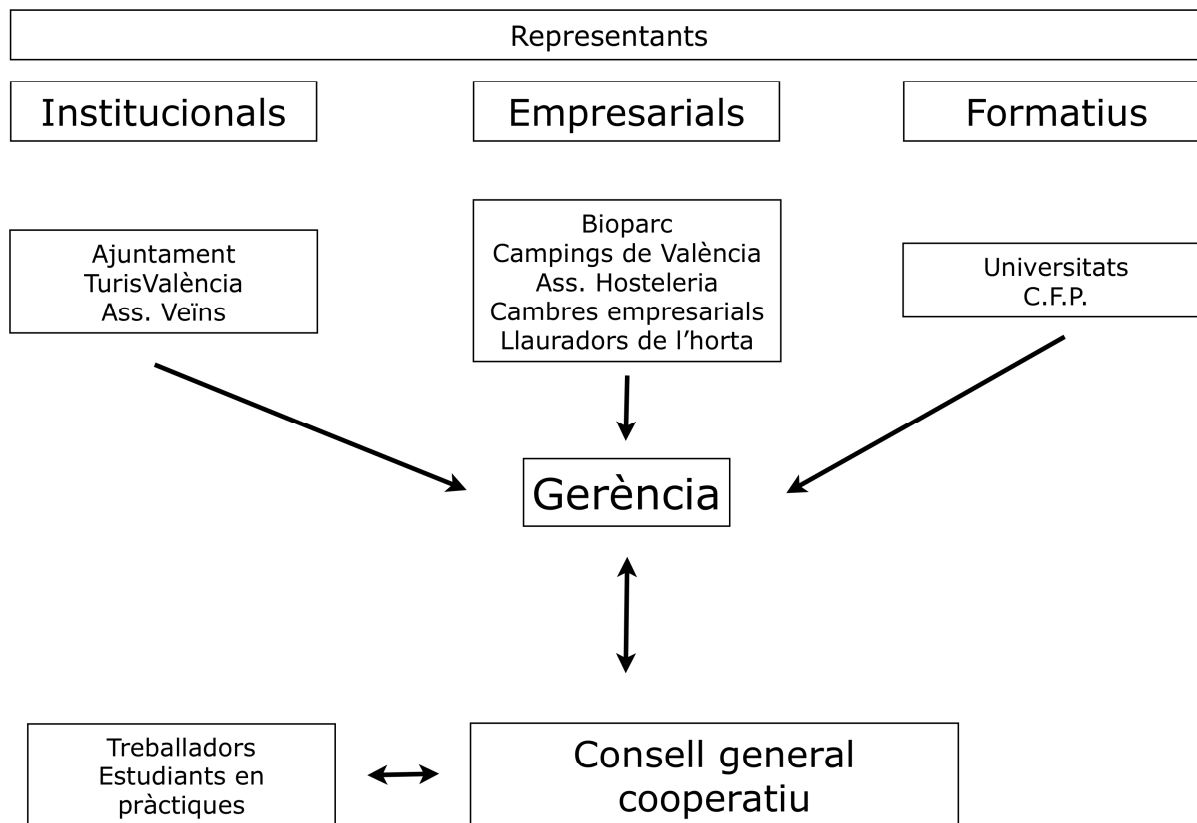
2. Fer Càmping és fer ciutat

Actualment la parcel·la (26.500 m²) triada és un sòl municipal cedit a l'empresa Rain Forest, promotora del Bioparc, on hi ha prevista la construcció d'un Parc d'Atraccions amb un futur incert. Mentrestant, oferim una proposta d'ús immediat per activar la rehabilitació de l'Alqueria del Rei i previndre l'abandonament de l'horta.

- Fer Càmping és fer Ciutat.
- Fer Càmping és potenciar i donar identitat a la xarxa de càmpings existents des de la iniciativa pública.
- Fer Càmping és impulsar el turisme urbà amb un nou valor afegit ambiental a l'oferta d'allotjament temporal.
- Fer Càmping és obrir el turisme urbà a altres conjunts històrics de València com ara el barri de Campanar.
- Fer Càmping és construir sobre allò construït, rehabilitant en aquest cas l'Alqueria del Rei.
- Fer Càmping és trobar sinèrgies amb agents turístics, espais d'oci, culturals, esportius, entitats veïnals i amb el comerç local.
- Fer Càmping és significar un lloc estratègic i accessible multimodalment amb la ciutat, el Jardí del Túria, la Partida de Dalt i el Parc Fluvial del Túria.
- Fer Càmping és fomentar l'agricultura ecològica i la sensibilitat per l'entorn urbà, natural i patrimonial.
- Fer Càmping és usar un espai de manera sostenible, amb un baix impacte físic i inclús, reversible.
- Fer Càmping és fer Cultura del territori.

3. Òrgan de gestió

- Pretenem generar un model de gestió específica que desvele i aprofite una demanda amagada. El model de gestió es construirà a partir dels principis de la governança pública i de la col·laboració públicoprivada.



- Amb els següents objectius:
 - Difondre el turisme de càmping i caravàning.
 - Oferta conjunta i compatible (fins i tot, uns dies a València i altres més a l'Albufera).
 - Relació amb els elements turístics territorials i patrimonials
 - Coordinació amb activitats relacionades, per exemple esdeveniments esportius.
 - Relació amb les institucions educatives.
 - Foment de l'ocupació.

4. Avanç de pressupost (d'execució material)

Parcel·la (26.500 m² = 2,65 ha)

Total PEM Càmping sense Alqueria: 1.599.200 € (60 €/m²)

Alqueries del Rei

La quantitat econòmica del projecte de rehabilitació de les alqueries ascendeix a 1.730.956,59€ (va ser separat de la resta de projecte de plaça, edificis i aparcament).

Només per comparar...

Parc d'Atraccions

El Parc d'Atraccions ascendeix a la quantitat econòmica de 10.276.722,82€ , sense comptar amb la rehabilitació de l'Alqueria del Rei.

En resum, front a la proposta de l'equip de govern del PP de fer un Parc d'Atraccions que costa, com a mínim més de 10 milions d'euros, la proposta de Compromís és fer un càmping urbà arrelat al territori per un valor màxim d'1,56 milions d'euros (sense comptar la rehabilitació de l'Alqueria del Rei).

5. Viabilitat financera

- Una despesa inicial de 1.599.200 € (i 858.500€ per rehabilitar l'Alqueria del Rei). Davant els 10,3 milions d'euros del cost previst del parc d'atraccions.
- Amb previsions d'ingressos conservadores es preuen 2.535€¹ d'ingressos diaris (76.050€ mensuals), només amb el Càmping.
 - a. Podent generar fins a un total de 12 llocs d'ocupació directes.
 - b. Permetent l'autofinançament de la inversió².
 - c. L'obertura del càmping suposaria un increment de la despesa turística mensual de 206.850€³.

¹ Calculat amb un grau d'ocupació mitjana per parcel·la del 70%; una ocupació mitjana per caravana de 2.6 persones i de 2,2 persones per tenda de campanya.

² Calculant un préstec de 1.599.200€ a tornar amb un termini d'amortització de 25 anys i una tipus d'interès nominal del 8%: la quota mensual és de 12.342,88€

³ Calculada amb una despesa mitjana diària per turista de 35€

6. Material gràfic

- Identitat visual.
- Xarxa de Càmpings Sagunt - Perelló.
- Plànol Càmping - Ciutat.
- Plànol Càmping - Parcel·la.
- Imatge virtual Càmping - Alqueria.

