



Dossier
de Prensa
2025

Editorial

25 años de felicidad al aire libre

Hace 25 años, en una oficina del sur de Francia, unos cuantos visionarios se reunieron en torno a una idea tan simple como audaz: reinventar el camping, reivindicando al mismo tiempo su independencia frente a los gigantes de la distribución turística. Ofrecer unas vacaciones más libres, de mayor calidad y con un enfoque más humano. No una industria del ocio, sino un arte de vivir al aire libre. Así nació Yelloh! Village.

Desde entonces, nuestra red ha crecido, nuestra oferta se ha ampliado y nuestra ambición sigue intacta. Nuestros campings se han convertido en lugares de emoción, de arraigo, de descubrimiento. Y cada año, millones de veraneantes eligen Yelloh! Village por esa experiencia única que combina alojamientos de alta gama con servicios e infraestructuras premium.

Este recorrido también forma parte de una transformación más amplia. **En 2024, el camping alcanzó un récord histórico: más de 49 millones de pernoctaciones registradas en España. El sector del camping se ha convertido en una auténtica alternativa, una respuesta a las aspiraciones actuales: más naturaleza, más autenticidad, más sentido.¹**

En Yelloh! Village, siempre hemos creído en esta evolución.

Es más: nos adelantamos a ella. Nuestra red, impulsada por mujeres y hombres comprometidos, ha sabido conjugar exigencia de calidad, innovación y responsabilidad. Con 25 años de historia, estamos orgullosos del camino recorrido y más decididos que nunca a mirar hacia el futuro.

Gracias a todas y todos —colaboradores, socios, veraneantes fieles— que nos acompañan en esta aventura humana y colectiva.

Bernard Sauvaire
Presidente de Yelloh! Village



INTRODUCCIÓN P. 5

1. Historia

Y VISIÓN P. 6

2. Un crecimiento CONTINUO

Y UNA PRESENCIA EUROPEA P. 8

3. Valores E

INICIATIVAS SOCIALES P. 10

4. Ofertas Y SERVICIOS P. 12

5. Ambiciones

2025-2030 P. 15

6. Franquicia Y

MODELO COOPERATIVO P. 16

CARTA DE IDENTIDAD P. 18



INTRODUCCIÓN

¿El sector del camping: EL NUEVO ROSTRO DEL TURISMO??

El camping se reinventa. Durante mucho tiempo asociado a la promiscuidad y al confort precario, el sector del camping representa hoy una de las transformaciones más impactantes del panorama turístico. En 2024, hubo **49,3 millones de pernoctaciones registradas**, lo que significa un incremento de +4,7% respecto a 2023 y lidera el crecimiento en pernoctaciones del sector extra-hotelerero en España. Este éxito se basa en una mejora constante de la calidad, que se refleja en el crecimiento de los alojamientos premium (mobihomes, bungalows).

En la confluencia de las expectativas post-Covid –búsqueda de naturaleza, necesidad de autenticidad, confort y flexibilidad–, los campings de nueva generación conquistan a un público cada vez más amplio y exigente. **España es el quinto país europeo en número de campings, pero lidera el crecimiento europeo en pernoctaciones con +5,7% en 2023 respecto 2022.**

El sector del camping está cambiando, y Yelloh! Village se enorgullece de formar parte de esta transformación.

Con **8,3 millones de pernoctaciones registradas en 2024.**

104 campings-villages repartidos en tres países.

y una facturación de

322

millones de euros

la red ilustra por sí sola el dinamismo del sector.

Este crecimiento se basa en una estrategia clara: colocar la experiencia del cliente en el centro de las prioridades, fomentar la innovación constante y afianzarse en un modelo cooperativo impulsado a diario, en el terreno, por los propios propietarios de campings que integran la cadena. Yelloh! Village, es una nueva forma de vivir las vacaciones: entre el confort hotelero y el arte de vivir en plena naturaleza.

1 HISTORIA Y VISIÓN

YELLOH! VILLAGE, 25 años de una revolución serena

104
CAMPINGS-VILLAGES



• FRANCIA 94
• ESPAÑA 8
• PORTUGAL 2



8,3 MILLONES
DE PERNOCTACIONES
REGISTRADAS EN 2024



18 413

ALOJAMIENTOS:
BUNGALOWS Y MOBILE-HOMES



10 231

PARCELAS

+ DE 5000
COLABORADORES
EN TEMPORADA ALTA



322 M€

DE FACTURACIÓN
EN 2024

DE LOS CUALES 212 M€
A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA
DE RESERVAS DE YELLOH!



Todo comienza a principios de los años 2000, en un contexto de transformación silenciosa del turismo. El deseo de un turismo más libre, de mayor calidad y más humano empieza a cobrar fuerza. Es en este clima cuando un pequeño grupo de gestores de campings³, decide crear una red diferente a cualquier otra. ¿Su idea? Unir fuerzas sin renunciar a su independencia. Construir una marca con una imagen de calidad, además de consolidar una cadena. Unirse en torno a una exigencia compartida, que toma lo mejor de cada uno y lo convierte en base común, sin perder las singularidades.

En el año 2000, nace Yelloh! Village. Se lanza una central de reservas. Se publica el primer sitio web. Desde el principio, teníamos clara nuestra ambición: llevar el sector del camping a una nueva era, combinando confort, hospitalidad y respeto por el medioambiente;

sin perder el control sobre la distribución, en un momento en que nuevos actores empiezan a emerger en el sector del viaje y su comercialización.

Los primeros años se dedicaron a la estructuración.

En 2006, se lanza la primera campaña de televisión, destacando la imagen del camping de "nueva generación". En 2010, la red se convierte en una de las primeras en afirmar su compromiso ecológico con la creación de los "Yelloh! Acciones". **En 2013**, la marca se impone en los medios con una nueva campaña televisiva destacada ("Camping, sí, ¡pero con clase!", con el personaje mediático Stéphane Bern). No deja de innovar: refuerzo de la plataforma digital, segmentación de la oferta, programa de fidelización, inversiones en bienestar y atención al cliente.

Cada etapa de desarrollo responde

2000

Nacimiento de la red en torno a valores compartidos: independencia, calidad y convivencia.

a una convicción profunda: no se construye una gran marca renegando de sus raíces.

En Yelloh! Village, los dirigentes siguen sobre el terreno. Cada camping conserva su alma. El crecimiento se da por adhesión, no por absorción. Detrás de esta aventura colectiva está también el compromiso de sus fundadores, figuras históricas y militantes del sector, que han contribuido a hacer evolucionar el sector del camping, en especial a través de su implicación asociativo. Lejos de la uniformidad, es la diversidad la que se convierte en fortaleza.

En 2021, el lema "Artesanos de la felicidad" cristaliza esta filosofía: unas vacaciones guiadas por la emoción, el vínculo humano y la atención al detalle.

¿Y hoy? La red se extiende por tres países, reúne 104 campings-village, emplea más de 5000 personas en temporada alta y acoge más de 8 millones de pernoctaciones al año.

Pero el espíritu sigue siendo el mismo que el del primer día: ser pioneros sin dejar de ser fieles a sus fundamentos.

Yelloh! Village no solo ha acompañado la transformación del sector del camping. La ha anticipado, a veces impulsado, y muchas veces encarnado.

2006

Primera campaña de TV

2010

Lanzamiento de los Yelloh!
Acciones para sensibilizar a los veraneantes sobre el respeto al medioambiente.

2013

Campaña de TV con
"Le camping, oui, mais royal !
(Camping, sí, ¡pero con clase!) "

2021

Lanzamiento del eslogan
"Artesanos de la felicidad"
y giro estratégico hacia
la calidad relacional.

2023

Campaña de TV europea:
"Los detalles importan".

2025

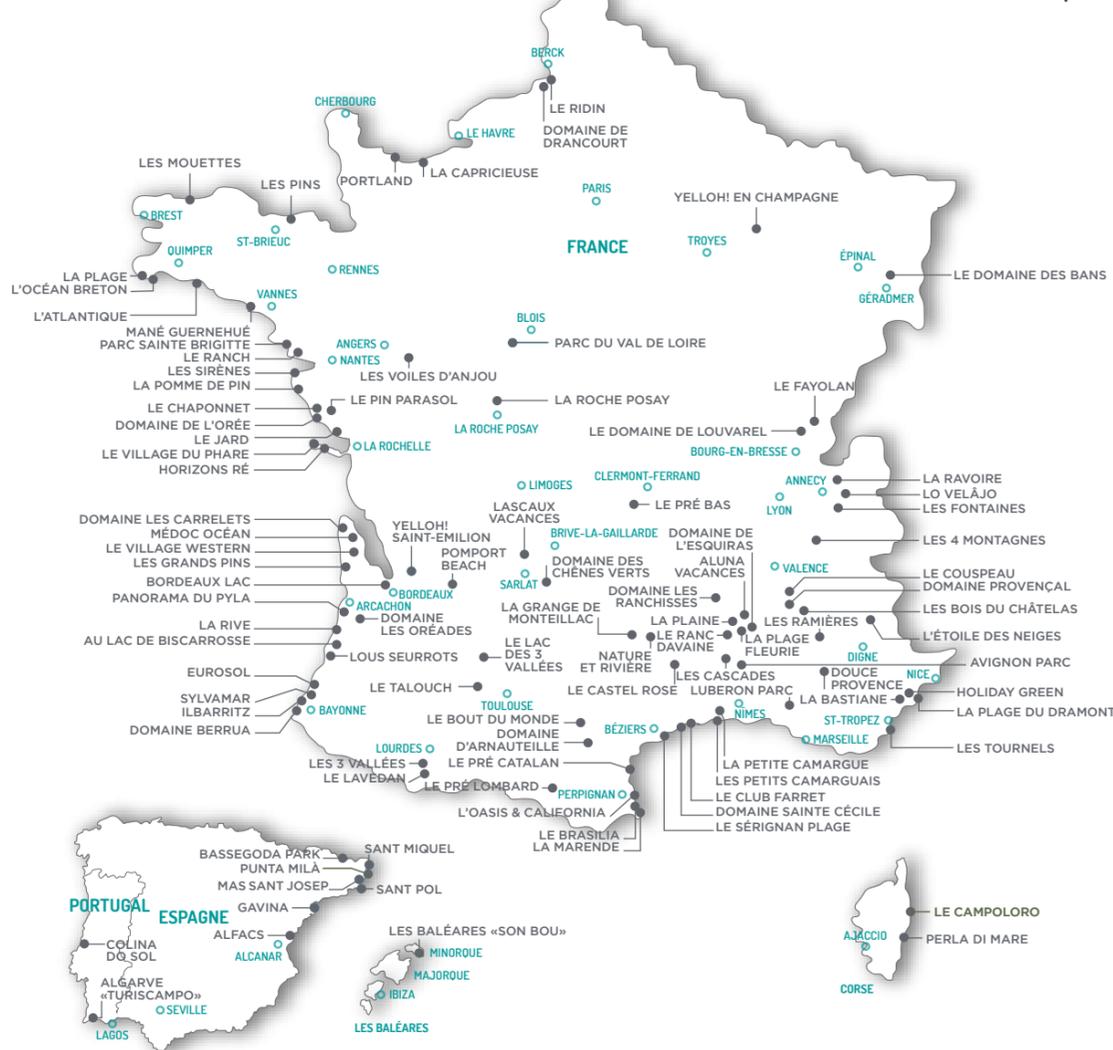
Yelloh! Village celebra sus
25 años con 104 campings:
94 en Francia, 8 en España
y 2 en Portugal.

³ Bernard Sauvare - La Petite Camargue, Les Petits Camarguais y Le Village du Port
Roger Pla - Le Brasilia
Robert Giner - Le Club Farret y Domaine Sainte Cécile
Hugues Mirabel - Le Soleil Vivarais

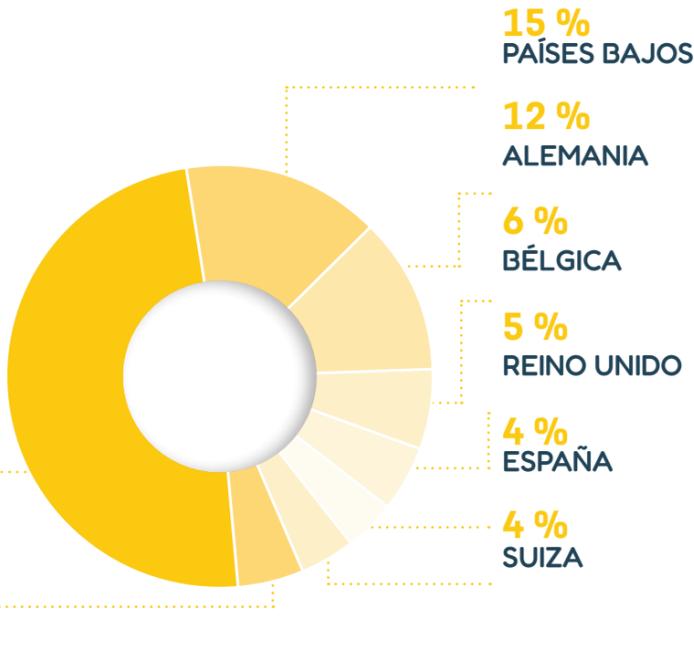
2 UN CRECIMIENTO CONTINUO Y UNA PRESENCIA EUROPEA

Una red en expansión, presente en las regiones más bellas de Europa.

Yelloh! Village sigue desarrollándose con constancia y criterio, consolidando su posición como líder del sector del camping de alta gama en Europa. En 2024, el sitio web yellohvillage.es recibió **13,2 millones de visitantes**, reflejo de una fuerte atracción digital y de un reconocimiento creciente de la marca a escala europea.



La red atrae a una clientela ampliamente internacional. Aunque los veraneantes franceses siguen siendo mayoritarios (49%), los neerlandeses (15%), alemanes (12%), belgas (6%), británicos (5%), españoles (4%), suizos (4%) y otros (5%) reflejan el exitoso posicionamiento de la marca más allá de las fronteras francesas.



Esta dinámica también se manifiesta sobre el terreno, con la incorporación en 2025 de 13 nuevos campings-village, en destinos cuidadosamente seleccionados por su atractivo natural y turístico:

- ALTA SABOYA**
La Ravoire ★★★★★
Les Fontaines ★★★★★
Lo Velajo
- VAR**
Holiday Green ★★★★★
- VAUCLUSE**
Avignon Parc ★★★★★
- GARD**
Le Castel Rose ★★★★★
- PIRENEOS-ORIENTALES**
L'Oasis y California ★★★★★
- LANDAS**
Au lac de Biscarrosse ★★★★★
La Rive ★★★★★
Eurosol ★★★★★
- DRÔME**
Les Bois du Châtelas ★★★★★

- VOSGOS**
Le Domaine des Bans ★★★★★
- ESPAÑA / TIERRAS DEL EBRO**
Alfacs ★★★★★

Este crecimiento geográfico controlado, repartido entre litoral, montaña e interior, confirma la ambición de Yelloh! Village: ofrecer a sus veraneantes una amplia gama de destinos excepcionales, manteniendo al mismo tiempo su exigencia de calidad y su arraigo local.

3 VALORES E INICIATIVAS SOCIALES

Una base sólida para un turismo libre, humano y sostenible

En Yelloh! Village, los valores son el motor de cada decisión. Encarnan una forma muy concreta de entender las vacaciones: con arraigo, alegría y responsabilidad.

1. PLURALISMO

La fuerza de Yelloh! Village es su diversidad. Cada camping refleja la historia, la cultura y la personalidad de sus propietarios. Algunos rinden homenaje a las tradiciones locales, otros ponen en valor un estilo de vida mediterráneo, el espíritu natural o el legado vitivinícola de su región. Esa diversidad de identidades es la riqueza de la red, y permite que cada viajero encuentre un lugar con el que se identifique.

2. COMPARTIR Y SER SOLIDARIOS

En Yelloh! Village, la hospitalidad va mucho más allá de una simple bienvenida: es una forma de ser, guiada por el placer de hacer disfrutar. Un mensaje personalizado a la llegada, una actividad pensada para pequeños y mayores, un aperitivo colectivo para celebrar los primeros días de la temporada... La capacidad de compartir se vive en los detalles del día a día. Algunos propietarios no se limitan a abrir las puertas de su camping: comparten momentos, recuerdos, emociones; ya sea durante una excursión, un torneo o en torno a un taller artesanal.

Hacer que las vacaciones sean accesibles para todos es también un compromiso tangible. En 2025, Yelloh! Village establece una colaboración a nivel la fundación francesa Je pars, tu pars, il part, que permite a familias en situación precaria disfrutar de una estancia dentro de la red.



Un paréntesis que lo cambia todo

En 2025, gracias al acuerdo entre Yelloh! Village y la fundación Je pars, tu pars, il part, 150 familias han podido o podrán disfrutar este verano de su primera semana de vacaciones.

"¡Sin vosotros, nunca habríamos podido venir a un lugar así!"

Esta estancia fue un soplo de aire fresco para estas familias, muchas de ellas alejadas del mundo de las vacaciones:

"Era la primera vez que veía a mis hijos tan felices, todos juntos."

"Mi hija se pasaba el día riendo, ¡estaba tan feliz!"

La acogida cálida, la calidad de las instalaciones, las actividades compartidas... Todo contribuyó a ofrecer un paréntesis de felicidad, pero también de reconexión familiar y de confianza recuperada.

"Gracias por su amabilidad y su generosidad".

3. EXCELENCIA

La calidad no se proclama, se demuestra. Cada camping es auditado anualmente por un organismo independiente, según una exigente carta de más de 530 criterios. Este nivel de exigencia garantiza prestaciones impecables, desde el entorno natural hasta los servicios, los equipamientos y las actividades. Una realidad confirmada por los propios clientes, cuyo índice de satisfacción superó el 93 % en 2024.

4. VISIÓN A LARGO PLAZO

En Yelloh! Village, innovar nunca ha sido cuestión de seguir modas, sino de tener visión a largo plazo. Mucho antes de que los alojamientos premium se generalizaran, la marca ya imaginaba mobil-homes de diseño cuidado, con suites parentales y amplias terrazas. Hoy, la innovación continúa: experiencias inmersivas, paneles solares en los sanitarios, reciclaje de aguas residuales... Cada proyecto busca mejorar de forma sostenible la experiencia del cliente y el impacto ambiental.

5. RESPONSABILIDAD

Recibir a 1,3 millones de veraneantes al año también implica garantizar su seguridad. Yelloh! Village aplica procedimientos rigurosos en cada establecimiento: controles sanitarios, formación del personal, sistemas de alerta. Los equipos se reúnen en seminario tres veces al año para intercambiar ideas sobre los retos del sector.



Seminario 25 años Yelloh! Village
Enero de 2025
Camping Turiscampo

4.

OFERTAS Y SERVICIOS

Todo está pensado. Nada es inmutable.

Detrás de cada estancia en Yelloh! Village hay una intención: crear una experiencia que va más allá del alojamiento. Ofrecer a cada familia, pareja, niño o adulto, unas vacaciones donde el confort, la libertad y el vínculo adquieren todo su sentido.

La oferta es amplia, pero nunca impersonal.

Hay cabañas elegantes, bungalows integrados en plena naturaleza y parcelas ajardinadas con sanitarios privados. Las infraestructuras de alta gama rivalizan con la hotelería tradicional: espacios acuáticos excepcionales, spas y zonas de balneoterapia, restaurantes con productos regionales, clubes infantiles gratuitos adaptados por edades... Pero el espíritu sigue siendo el del aire libre: lleno de vida, acogedor y relajado.

La acogida, por su parte, tampoco tiene nada de impersonal. Es una acogida multilingüe, cualificada y atenta.

El personal conoce a los clientes, anticipa sus necesidades y transmite algo intangible: la alegría sincera de estar ahí para ellos.

La oferta de actividades es amplia, pero nunca rígida ni repetitiva

Cultura, deporte, animaciones suaves o festivas... La consigna es: respetar el ritmo de cada uno. Y siempre, mantener la autenticidad en el centro.

Opiniones de los clientes

Y los veraneantes lo saben bien. Más allá de los equipamientos de alta gama, es la acogida amable y los pequeños gestos cotidianos lo que marca la diferencia.

"El personal fue realmente muy amable y muy alegre".

"Nos emocionó especialmente la gentileza y la profesionalidad de todo el equipo".

Una inversión de gran envergadura, no para multiplicar los equipamientos, sino para reforzar la calidad de la experiencia del cliente.

EL OBJETIVO:
perfeccionar los servicios, mejorar el confort y garantizar una estancia personalizada y memorable.

EN 2025

Yelloh! Village invierte **75 millones de euros** para optimizar de sus infraestructuras.



5. AMBICIONES 2025-2030

Consolidar la dinámica, sin perder la esencia

A sus 25 años, Yelloh! Village afronta la próxima década con una convicción intacta: seguir creciendo sin renunciar jamás a sus valores fundacionales. Este rumbo se apoya en una línea de acción clara: reforzar la cohesión de la red, preservar la independencia de sus miembros y cultivar la singularidad de cada destino.

La prioridad sigue siendo la preservación del modelo cooperativo. En un sector cada vez más concentrado, Yelloh! Village defiende otro camino: el de un colectivo de emprendedores libres, unidos por una base común de exigencia. Lejos de las lógicas industriales, la red apuesta por mantener una estructura a escala humana, donde las decisiones se toman de forma colectiva y cada opinión cuenta.

La red sigue ampliando su huella territorial, con la incorporación prevista de nuevos campings en 2026, en zonas de alto potencial:

- Punta Marina, Cantabria, España
- Playa de Saint-Pabu, Erquy, departamento de Côtes-d'Armor

Estos nuevos destinos vienen a completar un mapa ya de por sí rico, ofreciendo a los veraneantes paisajes variados y experiencias a medida, desde el litoral bretón hasta las costas españolas. Por último, la ambición también es relacional. La red aspira a profundizar el vínculo de confianza con sus veraneantes fieles, seguir innovando en la experiencia del cliente y garantizar la misma calidad de servicio, sea cual sea la temporada o el destino. Porque la promesa de Yelloh! Village no se basa únicamente en sus infraestructuras: se hace realidad en la atención prestada a cada detalle, a cada persona, a cada estancia.

6

FRANQUICIA Y MODELO COOPERATIVO

Desde sus inicios, Yelloh! Village funciona como una **cadena de franquicias independientes**, actualmente impulsada por un centenar de propietarios de campings. Este modelo permite combinar:

- **Autonomía empresarial de cada camping**
- **Puesta en común del conocimiento** (calidad, innovación, comunicación)
- **Compartir sólidos valores humanos** dentro de una red solidaria
- **Exigencia colectiva** de altos estándares y desarrollo sostenible

Este funcionamiento, único en el sector del camping, permite a Yelloh! Village mantener una coherencia de marca y valorizar, al mismo tiempo, la singularidad de cada destino.

SEDE SOCIAL

Situada en Aigues-Mortes (Gard, Francia)

Unos 40 colaboradores

Organización centrada en la comercialización y el acompañamiento de los franquiciados

EL CONTRATO DE FRANQUICIA

- TIPO DE CONTRATO: **Franquicia**
- DURACIÓN INICIAL: **6 años**
- RENOVACIÓN: **por períodos de 3 años**
- COMPROMISOS: **calidad, comunicación, respeto por la marca**

INTEGRARSE EN YELLOH! VILLAGE: CRITERIOS EXIGENTES

- FACTURACIÓN: **superior a 1 M€** o potencial de alcanzarlo en un plazo de 2 años
- SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: **mínimo del 90 %** (encuestas), buen posicionamiento en Google y clasificación oficial
- CRITERIOS DE CALIDAD: **mínimo 80 % de conformidad** (auditoría independiente)
- AUDITORÍA DE INTEGRACIÓN **obligatoria**
- VALIDACIÓN DE LA CANDIDATURA **por el comité de dirección**

ACOMPañAMIENTO PERSONALIZADO

Los nuevos miembros se benefician de un recorrido formativo y de un acompañamiento continuo:

- Formación inicial
- 3 seminarios al año: 2 presenciales, 1 por videoconferencia
- Talleres, reuniones regionales y sesiones de co-desarrollo entre franquiciados

COSTES E INVERSIONES

- CUOTA DE ENTRADA: **15 000 € + IVA** (incluye kit de bienvenida: señalización, mascotas, materiales de comunicación...)
- ADAPTACIÓN A LOS ESTÁNDARES: **presupuesto variable según el estado actual y las obras necesarias**
- CUOTA: **indexado a la facturación**, dentro de un modelo equitativo

"Voces del camping, corazones de red"

“Yelloh! nos ha permitido llevar a cabo operaciones comerciales de gran alcance que serían imposibles de financiar por separado. El otro punto fuerte de Yelloh! Village es la comunicación y el intercambio entre franquiciados. Contratar ideas, compartir experiencias, reflexionar juntos sobre oportunidades de desarrollo, comparar métodos de trabajo...”

Yann Marlic
Yelloh! Village Le Brasilia

“Como franquiciados, conservamos una gran libertad en nuestras decisiones. Yelloh! Village propone, pero no impone: cada uno sigue siendo dueño de su propio establecimiento”.

Jean Boucher
Yelloh! Village Le Ranc Davaine
y Aluna Vacances

Carta DE IDENTIDAD

104
CAMPINGS-VILLAGES



• FRANCIA: 94
• ESPAÑA: 8
• PORTUGAL: 2



18 413 ALOJAMIENTOS:
CABAÑAS, CHALETS,
ALOJAMIENTOS TIPO LODGE



10 231 PARCELAS
TRADICIONALES



8,3 MILLONES
DE PERNOCTACIONES
REGISTRADAS EN 2024



+ DE **5000**
COLABORADORES EN TEMPORADA ALTA



322 M€
DE FACTURACIÓN EN 2024
DE LOS CUALES 212 M€ A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE RESERVAS
DE YELLOH!



93 % DE CLIENTES SATISFECHOS EN 2024
(SEGÚN EL ANÁLISIS DE 91 000 CUESTIONARIOS)



75 M€ DE INVERSIONES
ACUMULADAS EN 2025 PARA
LA MEJORA CONTINUA DE LAS INFRAESTRUCTURAS

CONTACTOS

Yelloh! Village

Ward WijnGaert

Business Developer

w.wijngaert@yellohvillage.com

+34 635 8412 05

Caroline David

Directora de Marketing, Digital y Comunicación

c.david@yellohvillage.com

+33 (0)4 11 94 02 06

Morgane Pagnerre

Responsable de Comunicación

m.pagnerre@yellohvillage.com

+33 (0)4 66 73 63 11



www.yellohvillage.es

www.yellohvillagepro.com



2025

Yelloh! Village
celebra sus

25
años