

ACCUEIL DES CAMPING-CARS

Un atout majeur pour les territoires



INTERVIEW

« Améliorer l'accueil des camping-cars pour renforcer l'économie locale »

FOCUS

Quinzaine du camping-car : une première à l'heure d'automne

ENQUÊTE

Le mobil-home résidentiel : un futur pour les campings

Qui peut le plus... peut le moins

Un an ! La pandémie que nous subissons va fêter son bien triste anniversaire d'une année marquée par la crise sanitaire, un climat anxigène, le comptage de décès, le blocage de l'économie, et le chômage de masse. Quel tableau ! Si cette situation est loin d'être encore derrière nous, on peut tenter de prendre un certain recul pour démarrer l'année avec un peu d'oxygène. Situation inédite de notre vivant, que nous dit la pandémie sur notre manière de vivre ? D'abord, qui peut le plus peut le moins. Le confinement nous a peut-être appris que l'abondance n'était pas forcément la source du bonheur. Autre constat : on a retrouvé son « chez soi » entendu cette fois non plus comme une simple adresse mais comme un refuge. En se réappropriant ses murs, on a aussi créé son « espace mental », un havre de paix où l'on se sent en sécurité et d'une certaine façon libre. Art de vivre, liberté, indépendance, sécurité sont autant de mots qui résonnent pour les utilisateurs de camping-cars. Ce mode de loisirs est un phénomène de société et... de sociologie. L'itinérance propre à ce mode de vie cumule bon

« Art de vivre, liberté, indépendance, sécurité, résonnent pour les camping-caristes. »

nombre d'avantages : liberté de déplacement, sécurité de « l'entre nous » (importante en période d'épidémie), découvertes des pépites des territoires en soutenant l'économie locale de villes ou villages fortement impactés par la crise sanitaire... Le camping-car a tout bon, et les Français l'ont bien compris au vu de l'engouement que ce mode de loisirs suscite. Les mobil-homes résidentiels, eux, ont permis à des campings de se maintenir la tête hors de l'eau durant les confinements successifs. Quand le tourisme est en berne, la présence de propriétaires de mobil-homes permet d'assurer un revenu pour les campings. Les véhicules de loisirs ont leur carte à jouer puisque l'après-Covid laissera forcément des traces dans nos désirs de vie différente.

Le comité de rédaction

03 EXPERTISE
Accueil des camping-cars,
un atout majeur pour les territoires

08 INTERVIEW
« Améliorer l'accueil des camping-
cars pour renforcer l'économie
locale »

10 FOCUS
Quinzaine du camping-car : une
première à l'heure d'automne

12 ENQUÊTE
Le mobil-home résidentiel : un futur
pour les campings

16 JURIDIQUE
Ciruler, stationner, camper, les
règles à respecter

17 CHIFFRES-ÉCO

18 ACTUALITÉS



Dans le cadre du Règlement général de la protection des données, entré en vigueur le 28 mai 2018, vous pouvez résilier votre abonnement en adressant un courrier à l'adresse de l'éditeur :

UNI VDL
3 rue des Cordelières
75013 Paris

Magazine des entreprises du véhicule de loisirs (UNI VDL)

3-5, rue des Cordelières
75013 Paris.
contact@univdl.org
Tél. 01 43 37 86 61
Fax. 01 45 35 07 39

Directeur de la publication :
Pierre Rousseau.

Comité de rédaction :
François Feuillet, Patrick Mahé, Antoine Gueret,
Hervé Gautier, Stéphanie Dupérié.

Conception, réalisation :
Denfert Consultants.

Crédits photos :
Ville de Lapalisse, DR, Benjamin Celier/Chausson,
Lapalisse, ville de Château-Gontier, ville de
Chauvigny, ADS Loisirs, DR, IRM, Monaco Parc,
Résidences Trigano, Siblu, Hymer, Challenger, CL,
DR.

N° ISSN : 1164-9062

Toute reproduction est interdite sans l'autorisation
de l'éditeur.

ACCUEIL DES CAMPING-CARS

Un atout majeur pour les territoires



Le camping-car est un moyen de voyager en toute sécurité toute l'année. Les communes ont donc beaucoup à gagner en favorisant leur accueil car les retombées économiques locales sont importantes. Elles s'attachent donc à développer une offre adaptée à ces touristes.

Présents sur tous les écrans, nombreux sur les routes, s'aventurant dans les territoires les plus reculés, les camping-cars ont été les stars de l'été 2020. Plébiscité par de nombreux Français soucieux de voyager sans prendre de risques sanitaires, ce mode de vacances a permis à de nombreuses destinations de limiter le recul touristique. Des touristes itinérants bienvenus, qu'ils stationnent librement sur la voie publique, comme la loi les y autorise, ou bien choisissent de s'arrêter sur une aire d'accueil ou dans un camping. Dans les chiffres, la hausse a été bien réelle là où il est possible de comptabiliser le nombre de camping-cars

qui s'arrêtent pour une ou plusieurs nuits. Ainsi, entre les périodes du 1^{er} juin au 31 octobre 2019 et du 1^{er} juin au 31 octobre 2020, la Communauté de communes du Trièves (région Auvergne-Rhône-Alpes) a constaté une augmentation de 12,6 % de fréquentation dans les aires de camping-cars payantes du territoire. Un exemple parmi d'autre qui illustre le dynamisme de ce type de tourisme. « *L'été nous a permis de rattraper le retard pris lors du confinement*, explique Marc Guillermain, directeur commercial de France Passion. *Nos ventes de guide ont progressé de 10 % et nous avons enregistré l'adhésion de nombreux primo-accédants. Beaucoup de vacanciers ont estimé*



que le camping-car était l'un des moyens les plus sûrs de voyager. Ce type de voyage s'effectue en effet dans des conditions sanitaires rassurantes et nos étapes permettent d'éviter la foule. Le contexte a donc favorisé la fréquentation des étapes car nous représentons une solution ultra-sécurisée pour voyager en France. »

D'INDÉNIABLES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Cet été, les territoires ruraux et/ou peu fréquentés ont d'ailleurs rencontré un indéniable succès. Une excellente nouvelle pour ces régions qui, pour beaucoup, n'ont

accueillir les camping-cars. Ainsi, à Chauvigny, dans la Vienne, une aire de services est disponible gratuitement au sein du camping municipal, ouvert d'avril à octobre. « Une fois que les gens sont dans le camping, ils sont généralement séduits par le cadre et beaucoup décident d'y faire étape, explique Philippe Boz, chargé de mission auprès du maire de Chauvigny. Nous leur proposons un tarif forfaitaire de 9,50 € par nuit pour un emplacement d'une centaine de mètres carrés. » Résultat, « le camping accueille 3 000 à 4 000 camping-cars chaque année, tandis que 2 000 environ stationnent librement

Ces touristes ont souvent des revenus non négligeables et n'hésitent pas à consommer, aller au restaurant, acheter des souvenirs, du pain ou des journaux, voire même se rendre chez le coiffeur. » À Mazamet, il est clair que ce type de clientèle est bénéfique pour l'économie. « En dépit de l'absence d'éléments chiffrés, nous savons qu'ils fréquentent les marchés, les restaurants, les musées ou les commerces locaux, relève Myriam Vassal, responsable du Bureau de Mazamet de l'Office de tourisme de Castres Mazamet. Beaucoup de communes en sont conscientes et s'engagent dans des aménagements pour les attirer. » Selon l'enquête *Profils et pratiques des camping-caristes en France* élaborée en partenariat entre la DGE et UNI VDL et publiée en juin 2018, pour 66 % des camping-caristes, le budget moyen dépensé par jour (hors essence et péage) est supérieur à 30 €. En parallèle, 57 % des camping-caristes estiment dépenser entre 30 € et 90 € par jour. Ces dépenses sont directement injectées dans l'économie locale des territoires traversés, puisqu'elles excluent l'essence et les péages. En dépit des retombées économiques, certaines communes affichent toujours des réticences

« La filière camping-cars représente un gros potentiel économique puisque leurs occupants dépensent entre 30 et 150 € par jour. » Isabelle Hacquard

pas toujours des structures touristiques très développées et voient dans les camping-caristes des touristes bienvenus, source de dynamisme pour l'économie locale. Certaines communes font d'ailleurs preuve d'un esprit novateur pour

sur la voie publique », détaille-t-il. Au niveau économique, les communes se félicitent des retombées pour leurs commerçants. « Les camping-caristes représentent des retombées importantes pour l'économie locale, relève Philippe Boz.

Trois questions à Maria Lesme et Magalie Carton

La ville de Lapalisse s'attache à réserver le meilleur accueil aux camping-caristes. Le point avec Maria Lesme, première adjointe au maire de Lapalisse et Magalie Carton, animatrice à la Communauté de communes Pays de Lapalisse.

« Le camping-cariste choisit sa destination en fonction de la qualité d'accueil »

Quel bilan tirez-vous de l'été 2020 ?

Lapalisse est très bien située, au cœur du territoire national, à 350 km de Paris, ce qui en fait une ville-étape sur la route des vacances qu'est la mythique Nationale 7. La ville détient d'ailleurs depuis 2006 le label village-étape. Les camping-caristes restent en moyenne deux nuits et 80 % choisissent la Cité des Vérités car elle constitue une pause dans leur parcours, avec une part assez importante de touristes étrangers. C'est pourquoi la ville n'a pas vraiment connu une plus grande fréquentation à l'issue du premier confinement. Cependant la clientèle camping-cariste est restée relativement présente durant la saison 2020 et a apprécié les nombreux charmes du Bourbonnais, son patrimoine remarquable et la douceur du cadre de vie.

Comment accueillez-vous les camping-caristes ?

La ville s'efforce de répondre au mieux à l'attente de ces touristes qui aiment leur liberté avant tout. Elle leur offre la possibilité de stationner gratuitement sur l'aire de camping-car du centre-ville, sur la place du champ de foire, juste à côté du château de La Palice ou encore au camping trois étoiles de la Route Bleue. Les camping-caristes recherchent plutôt l'aire pour un court séjour et le cam-



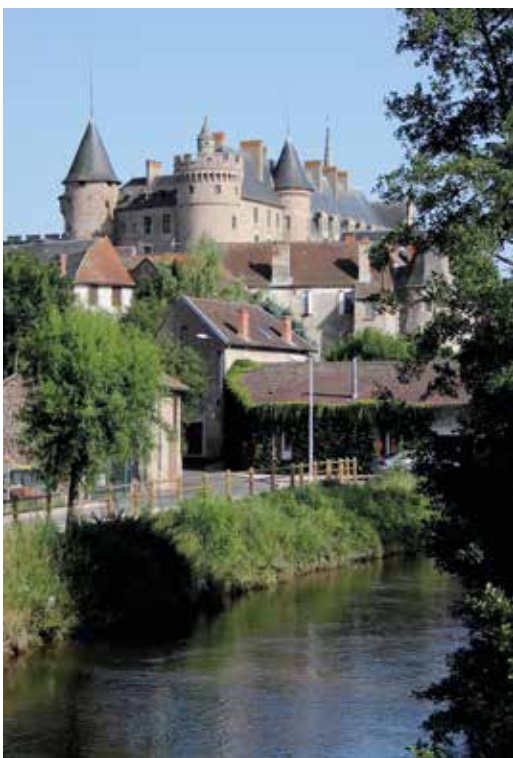
ping pour un long séjour. Plusieurs actions illustrent cette volonté du meilleur accueil de la clientèle camping-cariste : la variété des lieux de stationnement afin d'éviter les concentrations excessives de camping-cars, les jetons pour l'eau ou l'électricité vendus à des tarifs attractifs à l'Office de tourisme (2 €) ou dans l'une des stations-services, la signalétique « bienvenue aux cam-

ping-caristes », ou encore le questionnaire de satisfaction. Lors de l'événement « Embouteillage de Lapalisse » qui honore les années 1950-60 sur la route Nationale 7, tous les deux ans en octobre, plusieurs centaines de camping-caristes sont accueillis avec des aires spécialement réservées près des stades et du camping. Ces attentions sont importantes car le camping-cariste choisit souvent sa destination en fonction de la qualité d'accueil qui lui est réservé. Lapalisse a d'ailleurs réaffirmé en 2020 son rang de « ville d'accueil », particulièrement pour la clientèle camping-cariste, en étant en tête des villes « 100 plus Beaux Détours de France » traversées.

Comment comptez-vous renforcer encore la qualité de votre accueil ?

Des projets sont en cours en lien avec les labels à la recherche d'aires agréables et bien situées pour l'organisation d'Assemblée générale de camping-cars. L'enjeu de la ville est de préserver le bon accueil des camping-caristes, tout en préservant la qualité de vie des riverains. L'apport de cette clientèle est en effet incontestable pour cette ville de 3 200 habitants qui dispose de toute une palette de commerces et de services et de différents attraits touris-

tiques. D'après notre enquête menée en 2018, il est démontré que l'aire principale génère des retombées économiques importantes, 60 % des camping-caristes ayant dépensé plus de 40 € et 25 % plus de 140 €.



Ci-contre, le château vu depuis l'aire place Jean Moulin (ci-dessous).



face à la venue des camping-cars. C'est souvent le cas là où la pression touristique est forte. Face à ce constat, certains territoires décident alors de conduire une réflexion globale afin d'améliorer l'accueil et satisfaire l'ensemble des acteurs concernés. Ainsi, Quimper Cornouaille Développement élabore actuellement un schéma d'accueil et d'aménagement d'aires de camping-cars sur la Cornouaille. « Depuis quelques années les collectivités (communes et intercommunalités) sont confrontées à des flux de plus en plus importants de camping-cars et vans, une situation qui s'est accentuée en 2020, explique Stéphane Allain, chargé de mission tourisme au sein de Quimper Cornouaille Développement. Actuellement, certaines zones du territoire sont saturées. De nombreux conflits d'usage ont émergé sur les fronts de mer entre habitants et camping-caristes, notamment pour cause d'incivilités. Les collectivités ont conscience que les camping-caristes sont une clientèle touristique à accueillir mais elles souhaitent organiser les flux et les stationnements dans deux objectifs : préserver les sites et les paysages naturels, d'une part, et renforcer leur impact économique auprès des commerces et des restaurants, d'autre part. » Dans le département de l'Hérault, un schéma stratégique d'accueil a été élaboré en 2019 avec le cabinet MLV Conseil. Il a permis d'aborder les questions d'aménagement au niveau du département, mais aussi de cinq établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) partenaires : la Communauté de communes des Cévennes Gangeoises et Suménoises, de La Domitienne, la Communauté d'agglomération Béziers Méditerranée, la Communauté de communes Lodévois & Larzac et Montpellier Méditerranée Métropole. « L'objectif était d'essayer d'organiser l'accueil sachant que la filière camping-cars représente un gros potentiel économique puisque leurs occupants dépensent entre 30 et 150 € par jour, » souligne Isabelle Hacquard, responsable Service Ingénierie de projets



Les camping-caristes fréquentent la Mayenne et notamment Château-Gontier. Photographie prise lors du week-end de l'Ascension.

« Le camping accueille 3 000 à 4 000 camping-cars chaque année, tandis que 2 000 environ stationnent librement sur la voie publique. » **Philippe Boz**

/ Signalisation / Littoral au sein de Hérault Tourisme. Des solutions complémentaires existent : des aires publiques dédiées ou mixtes, à positionner près des points d'attractivité touristiques, l'accueil dans de petits campings ruraux pour lesquels cette clientèle est source de compléments de revenus, ou encore l'accueil chez les viticulteurs... De nombreuses communes se demandent comment attirer cette clientèle. Les équipements nécessaires sont

L'exemple de Saumur et Dampierre-sur-Loire

« Cette année, la saison estivale a été particulièrement locale, avec de nombreux vacanciers du Grand Ouest. Saumur fait partie des destinations touristiques des Français : la Loire, son château, ses troglodytes et ses caves, sa gastronomie, ses vignobles... Pour soutenir le tourisme et les acteurs locaux, la ville a fait le choix d'appliquer la gratuité du domaine public, dès le mois d'avril 2020, et notamment pour l'aire municipale de camping-cars de Dampierre-sur-Loire, commune déléguée de Saumur. Si le nombre de vacanciers était relativement stable ces deux dernières années (près de 7 000 camping-caristes), 2020 a été marquée par une très forte fréquentation, à la sortie du confinement le 14 mai et durant la saison, jusqu'au 31 octobre dernier », explique Kong-Mong Cha, conseiller municipal de Saumur. « L'aire communale de Dampierre-sur-Loire, située dans un parc ombragé en bord de Loire et reliée au centre-ville par 5 km de pistes cyclables, est un véritable atout touristique pour Saumur. Ce tourisme simple, adapté aux familles et qui attire de plus en plus de voyageurs "écologiques" est doublement bénéfique pour Saumur », complète Nathalie Liebault, maire déléguée de Dampierre-sur-Loire.



Quatre questions à Philippe Henry

À Château-Gontier, en Mayenne, le nombre de camping-caristes qui fréquentent la région ne cesse de croître, pour le plus grand plaisir de ce territoire. Entretien avec Philippe Henry, président de la Communauté de communes du Pays de Château-Gontier.



Avez-vous pu bénéficier de la hausse de fréquentation des camping-caristes ?

Oui, dès la fin du confinement et notamment avec la mise en place de la limite des 100 km, nous avons bénéficié d'un afflux très important de camping-caristes avec plus de 90 véhicules comptabilisés par jour à Château-Gontier et ce jusqu'à fin juin. Cette forte affluence représente environ 30 % de camping-caristes en plus sur notre territoire. La fréquentation s'est maintenue également début juillet.

Quel accueil réservez-vous à ce type de tourisme ?

Nous essayons au maximum de privilégier un accueil personnalisé des camping-caristes, au plus près de leurs attentes. L'Office de tourisme se déplace sur l'aire d'accueil deux fois par semaine en saison pour aller à leur rencontre, les informer et les conseiller pour leur séjour. Des liens de confiance se mettent en place au fil du temps et je veux saluer la fidélité de nombre de

nos amis camping-caristes qui reviennent dans le Pays de Château-Gontier et en Mayenne.

« Privilégier un accueil personnalisé des camping-caristes »

Avez-vous des projets pour améliorer encore cet accueil ?

Oui, nous avons créé en 2020 une aire de services complète et gratuite leur permettant de disposer des services de prise d'eau et de vidange. Nous réfléchissons en ce moment à améliorer le service de collecte des déchets. Nous souhaiterions intensifier nos échanges avec eux en leur proposant, avec nos partenaires touristiques (activités, sites de visite, producteurs...), la mise en place de pots d'accueil, de temps de rencontres et de convivialité.

Quel est l'apport de ce type de tourisme au niveau de votre commune ?

Cette clientèle est très importante pour nous. Elle représente en moyenne 4 000 véhicules / saison, et elle ne cesse d'augmenter d'année en année. Les camping-caristes fréquentent les commerces locaux, les restaurants. Ces derniers, très durement éprouvés par la crise, seront ravis de les retrouver en nombre dès le printemps je l'espère. Avec un panier moyen de 55 à 60 € par jour et par camping-cariste, nous mesurons très bien l'impact grandement positif que leur présence a sur notre économie locale. Par contre, nous avons encore du mal à les capter lors des animations et activités car ils ne sont pas forcément présents très longtemps dans nos territoires. À nous de prendre cet aspect en considération pour vivre et partager encore plus de bons moments ensemble. ●

simples à mettre en place puisque les camping-caristes sont autonomes et ne nécessitent que peu d'infrastructures.

PRIVILÉGIER UNE OFFRE SIMPLE ET VARIÉE

Pour celles qui souhaitent proposer une aire de services, le chantier peut souvent être conduit par les services communaux afin de proposer un système de vidange et la possibilité de s'alimenter en eau. Pour le stationnement, il est possible de proposer une aire d'accueil, de préférence située à proximité du centre-ville, avec des emplacements vastes, arborés, même si les camping-cars ont par ailleurs la possibilité de stationner partout où les véhicules de tourisme le peuvent. Un agrément qui peut aussi être source d'apaisement dans la relation qui existe parfois entre habitants et camping-caristes. *« Je suis convaincue que pour réconcilier tout le monde, il faut mettre un fort accent sur l'aménagement paysager, conclut Isabelle Hacquard. Pour les camping-caristes cela leur permet de bénéficier d'un cadre agréable et ombragé, et pour les résidents, d'améliorer la qualité de vie au niveau environnemental. »* Une bonne entente entre tous les acteurs permet un accueil de qualité qui profite aux commerces locaux. ●

« Améliorer l'accueil des camping-cars pour renforcer l'économie locale »

Frédéric Paul,
consultant Tourisme &
Collectivités d'UNI VDL / CLC

Avec la crise sanitaire, de nombreuses communes ont accueilli davantage de camping-cars. Pour les aider à mieux les recevoir, le Comité de liaison du camping-car (CLC) conduit un travail de fond tout au long de l'année.

Pouvez-vous nous rappeler brièvement le rôle et les missions du CLC ?

Le Comité de liaison du camping-car (CLC) est une association loi 1901 créée en 1994. Il a pour rôle d'assurer la promotion et la défense des intérêts nationaux, régionaux, départementaux et locaux liés à l'utilisation des camping-cars sous tous ses aspects. Il intervient, notamment, sur l'ensemble des sujets concernant l'accueil, le stationnement, l'environnement, les droits et devoirs des usagers, les aspects réglementaires, législatifs et techniques. Les membres du CLC sont les acteurs directement liés au monde du camping-car. On y retrouve au premier chef, les constructeurs de camping-cars (Trigano, Rapido, Pilote, Hymer), les organisations professionnelles (UNI VDL, ou la fédération nationale des distributeurs de véhicules de loisirs (Dica)) ou encore les fédérations et groupements d'utilisateurs (Fédération française de camping et de caravanning (FFCC), Fédération française des associations et clubs de camping-cars (FFACCC)). D'autres acteurs complètent cette association tels que les loueurs et sociétés de services, la presse spécialisée, les voyageurs, les réseaux à vocation touristique. Enfin, le CLC peut aussi s'appuyer sur le soutien et la participation de l'Association nationale

des élus des territoires touristiques (ANETT) qui, avec près de 950 membres, permet de nouer des liens solides avec les communes touristiques françaises.



Quels sont les grands axes de travail que vous menez auprès des communes ?

Le CLC effectue principalement une mission d'information, d'accompagnement et de conseil auprès des collectivités territoriales (mairies et établissement public de coopération intercommunale (EPCI)) et de tous les acteurs publics et privés (organismes de tourisme, porteurs de projets...) désireux de développer une démarche organisée d'accueil à destination de la clientèle camping-cariste. Nous répondons à toutes leurs sollicitations ou questionnements en matière d'aménagement, de stationnement ou de réglementation. Pour ce faire, nous intervenons régulièrement, à titre gracieux, auprès des mairies ou intercommunalités afin de leur faire prendre conscience du potentiel économique que représente ce mode de loisirs mais aussi pour les aider à mieux définir les contours de leur projet. Pour alimenter leur réflexion, nous mettons aussi à

« Ce mode de loisirs s'inscrit pleinement dans les **nouvelles tendances de consommation**, qui, face à la Covid-19, ont profondément impacté le tourisme. »



Parking dans le
centre de Chauvigny
(Vienne).

leur disposition plusieurs supports et outils informatifs et pédagogiques qui favorisent une meilleure compréhension des aspects réglementaires, juridiques, économiques et statistiques. Nous disposons également d'un site internet (www.univdl.org/le-comite-de-liaison-du-camping-car) qui constitue une solide base de données pour tout décideur local ou porteur de projets désireux d'investir dans l'accueil des camping-cars. Toutes ces rencontres que nous menons dans toute la France sont aussi bien souvent l'occasion de rappeler aux collectivités locales leurs obligations légales en matière de stationnement et de circulation des camping-cars. En effet, nous constatons parfois encore certaines difficultés et résistances dans l'accueil des camping-cars voire, dans certains cas, des communes qui se mettent hors-la-loi en matière de droit au stationnement et de libre circulation des camping-cars. Même si le CLC privilégie toujours la discussion et la négociation avec les mairies pour trouver des solutions consensuelles et acceptables par tous, il arrive parfois, en dépit de nos efforts, que toutes les démarches à l'amiable soient épuisées. Dans ces situations, il ne reste guère que la voie du recours pour trouver une issue et le CLC s'appuie sur une équipe d'avocats et de juristes spécialisés en droit public pour l'accompagner dans ce processus.

Quelles sont les règles à respecter pour les communes en matière d'accueil des camping-cars ?

En préambule, il est utile de rappeler qu'un camping-car, en situation de stationnement, répond aux mêmes règles qu'une automobile. Il ne saurait donc être privé du droit de stationner dès lors que l'arrêt ou le stationnement n'est ni dangereux, ni gênant, ni abusif, ni réglementé. Le camping-car, au même titre que tout autre véhicule, est soumis aux dispositions du code général des collectivités territoriales relatives au pouvoir de police du maire. Cependant, ce cadre réglementaire ne doit pas être utilisé de façon discriminatoire. Même si un maire peut, dans certaines conditions, encadrer et/ou interdire la circulation et le stationnement de véhicules, les dispositions qu'il peut être conduit à prendre doivent être fondées sur des circonstances locales avé-

rées et motivées sous peine d'être entachées d'illégalité. Une commune qui viendrait donc à prendre un arrêté municipal de ce type en ne visant que les camping-cars créerait inévitablement une discrimination injustifiée à l'égard des autres véhicules. Cette limitation de stationnement pour les seuls camping-cars revêtirait dès lors un caractère restrictif s'apparentant à une interdiction générale et absolue et, à tout le moins disproportionnée, au regard des pouvoirs détenus par un maire. Le Comité de liaison du camping-car assure donc une veille toute particulière et une vigilance permanente vis-à-vis de ce type d'arrêtés municipaux et n'hésite pas, si nécessaire, à engager des recours gracieux ou contentieux à l'encontre des collectivités.

Face à la pandémie de la Covid-19, est-ce que la situation a évolué dans les communes en matière d'accueil des camping-cars ?

La campagne de communication télévisuelle menée au printemps dernier à l'initiative d'UNI VDL a contribué à mettre un formidable coup de projecteur sur le camping-car en tant que mode de loisirs lors du déconfinement. De plus, l'engouement sans précédent qu'ont connu les distributeurs et loueurs de camping-cars après le 11 mai 2020 a fait prendre conscience aux élus locaux de l'importance que représente ce marché touristique. Cela leur a permis de mieux mesurer le poids économique et les retombées financières non négligeables que peut générer cette forme de tourisme sur leur territoire. On constate effectivement de la part de certaines communes, autrefois réticentes, une réelle inflexion dans leurs attitudes vis-à-vis des camping-caristes et une prise de conscience de la contribution de cette clientèle à l'économie et au commerce local. Ce mode de loisirs s'inscrit aussi pleinement dans les nouvelles tendances de consommation qui, face à la Covid-19, ont profondément impacté le tourisme. En effet, le camping-cariste privilégie la découverte du terroir, du patrimoine, de la nature et des activités de plein air comme la randonnée. Autant de thématiques qui correspondent à ce besoin d'un tourisme plus authentique en lien avec la nature et l'environnement local. ●

LA QUINZAINE DU CAMPING-CAR

Une première à l'heure d'automne

La Quinzaine du camping-car, qui s'est tenue du 17 au 31 octobre, a aidé à compenser les annulations des salons et foires régionales, tout en surfant sur la vague d'un nouvel engouement, porté par la crise sanitaire.

À situation exceptionnelle, réponse exceptionnelle. C'est une édition spéciale de la Quinzaine du camping-car qui s'est tenue en octobre dernier, afin de renforcer le passage des clients en concession. Dans certaines régions, cette manifestation d'octobre coïncidait avec d'autres événements commerciaux qu'elle est venue renforcer. C'est le cas de SLC, Sud Loire Caravane. « Pour nous, octobre est le temps de nos salons et manifestations : le salon de Plouay, le Camper Van week-end, le 21^e salon d'Angers et l'opération portes ouvertes de la commune de Tours », souligne Emmanuel Guinhut, directeur général de SLC. Pour les concessionnaires, la Quinzaine a pu compenser en partie le volume des ventes perdues. « Durant cette période du 17 au 31 octobre nous avons une légère baisse des ventes (- 5 %) par rapport à l'année précédente. Cela s'explique en partie par l'arrêt brutal de nos salons, avec le couvre-feu du 24 octobre à minuit. Néanmoins, nous conservons un volume de ventes très satisfaisant. 31 % des ventes du 17 au 31 proviennent directement de la communication liée à la Quinzaine du camping-car. Ces ventes sont à 57 % des véhicules neufs et 43 % des occasions », se félicite Emmanuel Guinhut. Pour Julien Clasadonte le Pdg de CLC, qui couvre le grand quart Est de la France, la situation est plus mitigée. « Nous avons réussi à rattraper



La famille Jacquemin a profité de la Quinzaine pour acheter un nouveau camping-car, livré en juin 2021.

per les ventes en septembre, mais le décalage persiste. Même si nous avons réussi à compenser au maximum en octobre, nous sommes loin des volumes de vente de mars, période où la Quinzaine est doublée par nos opérations portes ouvertes du Printemps... » Idem pour la concession Cassegrain de Chinon : « Nous avons communiqué localement avec nos collègues dans le département : radio locale, presse régionale, sms, Internet, mais nous avons eu peu de mouvement dans le parc par rapport aux éditions précédentes. En revanche, on peut dire que dans des mois à faible

le digital est devenu un vrai moteur », expose Thierry Vincent, son gérant. Si tous regrettent l'annulation du salon du Bourget, Sylvain Jacqueline, directeur des Établissements Jacqueline, se sent « particulièrement pénalisé ». « Notre clientèle aime particulièrement ce salon national, à moins de 2 heures de route, déplore-t-il. Néanmoins les résultats commerciaux durant octobre restent très encourageants. Nos concessions ont quasiment réalisé les mêmes volumes de vente. » « Nous avons, en septembre et octobre réalisé le même chiffre que sur l'année N-1. Nous avons réussi à compenser les pertes de la crise sani-

taire, et à l'annulation du salon du Bourget. La campagne de communication du Printemps a déclenché un fort engouement pour le véhicule de loisirs. En septembre, nous avons vu une nouvelle clientèle de primo-accédants, plus tournée vers les vans et fourgons. Le mois d'octobre, grâce entre autres, à la Quinzaine, nous a permis de récupérer en concession notre clientèle de camping-caristes habitués. C'est une clientèle importante, qui change de camping-car tous les trois ou quatre ans », explique Eddy Soulagne, gérant d'ADS Loisirs, spécialiste en Bretagne de la vente et réparation de camping-cars et caravanes sur un parc de plus de 13 000 m².

DES NOUVEAUX CLIENTS

Emmanuel Guinhut remarque « une nette progression de la fréquentation durant cette période, avec des primo-accédants et davantage de trentenaires, quadragénaires, tournés vers le fourgon et le van. Par rapport au contexte actuel nous avons constaté, encore une fois, que le camping-car suscitait beaucoup d'intérêt, pour son côté sécurisant et surtout pour la liberté qu'il procure. En interrogeant nos clients ceux-ci nous font la remarque qu'il n'y a, finalement, pas plus de risques en étant en camping-car qu'à la maison, avec l'avantage de pouvoir voyager. » Ce nouveau public a été sensibilisé par les récentes campagnes de communication d'UNI VDL (voir encadré). « Celles d'octobre mais aussi d'avril ont permis d'inciter les visiteurs à pousser la porte des concessions et de pallier l'annulation de certains événements phares de la profession, comme le salon du Bourget », explique Hervé Gautier, Secrétaire général d'UNI VDL. Pour certains clients, comme Fabienne et Bruno Jacquemin, la Quinzaine a été le moment de s'offrir le camping-car dont ils rêvaient, dans leur concession CLC des Vosges. « Nous étions venus en concession pour reprendre un véhicule d'occasion. Sur place, nous avons vu un splendide camping-car. Notre conseiller nous a fait une telle proposition que nous n'avons pu refuser. » Côté offre, l'approvisionnement en

La concession ADS Loisirs de Rennes et ses clients.



véhicules de la nouvelle collection 2021 a eu du mal à suivre. « Les bons résultats de vente de véhicules neufs à l'issue du premier confinement ont fortement réduit nos stocks de véhicules en présentation, explique Sylvain Jacqueline. Le réassort n'a pas suffi à la rentrée, cela a certainement pesé sur les ventes. » Même constat pour Thierry Vincent : « Une plus grande représentation des gammes d'exposition nous aurait aidés à attirer

de futurs clients. » Les constructeurs misent maintenant sur le début d'année. « Nous avons bon espoir au terme de cette deuxième vague épidémique de retrouver un volume d'activité suffisant pour rattraper la fermeture du mois de novembre. Nous nous projetons d'ores et déjà en janvier 2021. Les stocks sont enfin à niveau et permettront une offre suffisante pour notre clientèle. » De quoi aborder 2021 avec confiance. ●

La sécurité comme atout de communication

« Maîtrise du budget, liberté et sécurité sanitaire » sont les axes argumentaires sur lesquels s'appuie désormais la communication qui accompagne le secteur du camping-car. « On part quand on veut, où on veut. Et, pour la sécurité sanitaire, on est partout chez nous... », scandait l'un des cinq spots radios diffusés pendant les semaines d'octobre avant l'ouverture de la Quinzaine. La communication radio et digitale sur les réseaux sociaux et par mail a renforcé l'annonce de la Quinzaine, appuyée localement par un kit de communication envoyé aux 325 concessions adhérentes à la DICA (Fédération nationale des distributeurs de véhicules de loisirs). « Cette dernière campagne de communication est venue en écho à celle lancée en avril, pendant le premier confinement. Les spots publicitaires étaient diffusés sur les principales chaînes d'information (BFM TV, CNEWS, LCI) et France TV, mettant l'accent sur la sécurité sanitaire et l'art de vivre en camping-cars », souligne Stéphanie Dupérié, chargée de la communication d'UNI VDL.

Le mobil-home résidentiel, un futur pour les campings



Le mobil-home résidentiel connaît un développement favorable que la tourmente sanitaire n'a pas démenti. Pour l'hôtellerie de plein air, c'est l'assurance d'un revenu financier solide.

Qu'il vente, qu'il pleuve ou qu'il neige, un terrain qui accueille des mobil-homes résidentiels n'est jamais totalement privé de rentrées financières. À la différence des mobil-homes locatifs, uniquement dédiés à la location, les mobil-homes résidentiels sont achetés par des particuliers. Ceux-ci, essentiellement par voie contractuelle, « louent » une parcelle où ils installent leur mobil-home. La France compte actuellement 399 000 résidences mobiles légères dont 143 000 résidentielles

et 256 000 locatives¹. Le mobil-home résidentiel représente environ 35 % du parc, contre 30 % en 2015. Il peut s'installer soit dans les parcs résidentiels de loisirs (PRL), soit dans les terrains de camping, mais pas sur un terrain privé. Les gestionnaires de terrain sont nombreux à proposer à la vente des mobil-homes, en s'assurant ainsi de louer la parcelle occupée, à l'année, à ces nouveaux propriétaires. Pour les acheteurs de mobil-homes, « la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA)

mène actuellement un recensement des campings prêts à les accueillir, afin de pouvoir guider les clients qui cherchent un camping », explique Nicolas Dayot, président de la FNHPA.

UNE RENTABILITÉ ASSURÉE

Cette gestion de mobil-homes résidentiels, certains PRL en ont fait leur *business model*. Le groupe Siblu, par exemple, lui doit son succès. « Lorsque nous rachetons un camping, nous vendons le parc, donc des mobil-homes d'occasion, à des particuliers »,

explique Lyndsey McKinnell, directrice marketing / produit de Siblu. Aujourd'hui, le groupe compte 24 PRL dont 21 en France et trois aux Pays-Bas et gère 11 000 propriétaires de mobil-homes. Pour de nombreux campings, le mobil-home représente ainsi l'assurance d'une rentabilité sécurisante, tout au long de l'année. C'est le cas du camping Monaco Parc, dans le Perche. Ouvert toute l'année, ce domaine quatre étoiles de 20 hectares boisés, avec étang, parc animalier, piscine, propose des parcelles

pour le résidentiel de 140 à 300 m², en plus de son offre locative, et de ses emplacements nus dédiés aux tentes et camping-cars. « Nous avons 165 résidents et bientôt nous allons étoffer notre offre avec des mobil-homes doubles », précise Chrystelle Dufas, gérante du domaine. Cette ancienne concessionnaire de mobil-homes a repris avec son compagnon le camping de ses beaux-parents en 2006 et le résidentiel est pour eux le cœur de leur fonctionnement. « Une économie à part entière, qui nous a permis de tenir le cap cette année, explique-t-elle. On fait vivre les commerçants du village voisin. On a ouvert 15 jours avant les autres en mai, au moment de la première étape de la fin du confinement. J'ai reçu une lettre de la préfète de l'Orne, qui nous autorisait à rouvrir, sur dérogation. Nous sommes importants pour l'économie locale ! »

Sur le terrain, c'est presque une gestion municipale que Chrystelle Dufas dit assurer : « Le gérant d'un terrain avec des résidentiels c'est comme un maire de village. Il doit s'occuper des rapports entre voisins, conseiller, aménager, aider, proposer, avoir une oreille attentive à tout. » Mais c'est loin de lui déplaire car de vrais liens se créent. Elle explique d'ailleurs rencontrer

les propriétaires de mobil-home qui veulent s'installer chez elle et les voir deux ou trois fois, avant de les accepter. « C'est une sorte de communauté : chacun doit se respecter, sinon, cela ne fonctionne pas. » Certains campings, plus frileux au départ envers cette gestion particulière ont été définitivement

« Le mobil-home résidentiel est une économie à part entière qui nous a permis de tenir le cap cette année et qui fait vivre les commerçants du village voisin. »

Chrystelle Dufas, gérante du Monaco Parc (Orne)

vement convaincus par cette année de crise sanitaire. « Le résidentiel nous a sauvé la saison. Pourtant, nous avions des a priori, nous préférons développer le locatif... mais au final, nous sommes doublement convaincus, car ce sont des gens très agréables », explique Sandrine Cougnaud, gérante du camping du Perche, trois étoiles à Fontaine-Simon en Eure-et-Loir. Pour les propriétaires, il est également possible de rentabiliser son mobil-home, en le louant, seul ou bien en déléguant cette gestion au propriétaire du terrain moyennant un pourcentage. C'est ce qui a séduit Michel Le Breton, installé dans le camping Siblu La Bonne Anse plage, en Gironde. « Nous laissons notre mobil-home huit semaines en location, totalement gérée par Siblu. Cela nous

paye la location de parcelle. » Il est ravi de son nouveau mobil-home qu'il a acquis lors d'un week-end découverte chez Siblu, enthousiasmé par la région et se dit tenté par l'achat d'un second mobil-home, en pur investissement locatif cette fois. Cet investissement locatif de plusieurs mobil-homes est proposé par certains gestionnaires comme l'Écolodge de l'Étoile d'Argens ou Siblu, moyennant des crédits aux taux attractifs. S'il est possible de louer son mobil-home, cela doit se faire avec l'accord du gestionnaire de terrain.

UN REFUGE SÉCURISANT

Plus que jamais, ces résidences secondaires ont fait office de refuge sécurisant pendant la crise sanitaire que traverse la planète. Florence Bugeaud, directrice marketing de la division Habitat du groupe Bénéteau en est convaincue : « Le confinement a provoqué pour beaucoup un besoin accru d'évasion et de liberté, il a suscité nombre de projets et d'idées pour



Un mobil-home résidentiel du camping Monaco Parc dans le Perche.



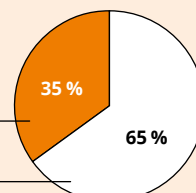
En chiffres

En France, il y a **399 000** résidences mobiles légères dont **143 000** résidentielles et **256 000** locatives.

Le mobil-home résidentiel représente environ **35 %** du parc.

Mobil-home résidentiel

Mobil-home locatif



1. Source : Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FHNPA).



Mobil-home avec bardage en bois, intégration paysagère, le camping l'Étoile d'Argens parle « d'Écolodge ».

des jours meilleurs... Beaucoup se sont pris à rêver d'un autre "chez soi" accessible rapidement, dans un écrin de verdure sécurisé, entre intimité et convivialité. Le mobil-home résidentiel est la solution qui réunit tous ces critères, avec un budget accessible pour le plus grand nombre. » Certains ont d'ailleurs préféré passer le confinement dans leur mobil-home. « *Au début du premier confinement, en mars, des personnes étaient dans leur mobil-home, nous avons bien sûr accepté de les y laisser* », explique Lyndsey McKinnell. D'autres ont attendu impatiemment la fin du confinement pour s'y ruer. « *J'habite en région parisienne, dès que j'ai pu, dès le mois mai, je suis partie dans le Perche, c'était calme et tranquille, un vrai havre de paix !* », témoigne Yvonne Bienassis, propriétaire à Monaco Parc. Les propriétaires de mobil-homes apprécient les relations qui s'y tissent. « *Nous y retrouvons des voisins, qui sont devenus des amis*, explique Philippe Girard, propriétaire installé au camping

« Le confinement a provoqué un besoin accru d'évasion, de sécurité et de liberté. Le mobil-home résidentiel est la solution, avec un budget accessible. »

Florence Bugeaud, directrice marketing de la division Habitat du groupe Bénéteau

trois étoiles de la Baie dorée, en Loire-Atlantique. Je me prépare à aller sur place en décembre pour préparer l'hivernage de mon mobil-home, un Rideau, et donner rendez-vous, par la même, à mes voisins. » Michel Verclytte, propriétaire installé au camping Les voiles d'Anjou ne changerait pour rien au monde. Retraité ingénieur et artiste sculpteur, il apprécie les liens avec ses voisins et l'ambiance qui y règne. Il y travaille ses sculptures, au calme mais profite de la convivialité.

Si parfois des désaccords naissent entre propriétaires de mobil-home et gestionnaires, cela reste rare. « *Ce sont des épiphénomènes qui ont surtout lieu à la suite de cessions*

d'établissements. En cas de litige, il y a les associations de consommateurs comme Familles rurales et surtout la Commission de conciliation, créée par la FNHPA », explique Nicolas Dayot. Désormais, un nouveau contrat cadre les rapports entre le propriétaire et gestionnaires (voir encadré). « *Aujourd'hui, le contrat est à jour. Il s'agit d'un outil suffisamment évolué et équilibré. Il clarifie les points essentiels* », conclue-t-il.

UN REGAIN D'INTÉRÊT

« *L'hôtellerie de plein air et ses valeurs attirent*, souligne Florence Bugeaud. *La convivialité, le partage, le retour à la nature et la sécurité. De nouveaux clients s'y sont d'ailleurs essayé la*

saison dernière. Les campings ont eu une nouvelle clientèle locative, ce qui explique en partie l'intérêt porté au résidentiel. Des clients qui ne connaissaient pas le camping, ont trouvé cette formule de vacances très intéressante et avec surprise, ont découvert qu'il était possible d'en profiter en tant que propriétaire. Cet intérêt pour le résidentiel ressort bien de la fréquentation de nos sites internet. » Si chaque terrain a sa spécificité, la grande majorité dispose des équipements désormais incontournables comme le Wifi, une piscine, un spa... Les campings peuvent de plus en plus ressembler à des clubs de vacances où les bungalows sont remplacés par des habitations légères esthétiques, prolongées par des terrasses en bois, le tout parfaitement intégré dans le paysage. Sur la Côte d'Azur, à Fréjus, L'Étoile d'Argens est un Écolodge, un hôtel de plein air cinq étoiles. Chalets sur pilotis en bordure de rivière, mobil-homes avec terrasses... « Le concept Écolodge est un business model à part entière et Écolodge une marque déposée. Nos mobil-homes anciens sont réaménagés et bardés de bois. Nous envoyons les anciens bardages plastique en recyclage et nous les remplaçons », détaille Sylvain Gillot, gérant de L'Étoile d'Argens. Cette politique

environnementale est au cœur du concept qui rencontre un immense succès. Sa cible ? Beaucoup de familles avec enfants en quête de liberté et de convivialité, mais aussi d'éthique environnementale.

UN PUBLIC QUI POURRAIT RAJEUNIR

Les propriétaires de mobil-homes résidentiels sont tous à la recherche d'un cadre naturel, en sécurité, avec un hébergement confortable. Leur moyenne d'âge tourne autour de 50-55 ans, mais depuis quelques années, il y a un rajeunissement de la clientèle. « Nous avons créé un site (guidedumobilhome.com) pour aider les particuliers dans leur projet, accompagner et soutenir les campings via la mise en ligne gratuite de leurs parcelles disponibles. S'il devait y avoir une nouvelle clientèle, elle serait peut-être plus jeune et citadine étant donné le contexte actuel. Peut-être même peut-on imaginer que certaines familles qui envisageaient d'acquiescer un mobil-home en vue de la retraite, ont avancé leur projet d'achat. Nouveaux clients ? Achats anticipés ? Il nous faudra à tous un peu de recul pour analyser ce regain d'intérêt », conclut Florence Bugeaud. Une chose est certaine, le résidentiel, cette année, est sorti gagnant. ●



Juridique

Un nouveau contrat dès 2021

La FNHPA a élaboré un nouveau « contrat loisirs », en partenariat avec l'Union nationale des campings et des parcs résidentiels de loisirs (Unaparel), les associations de consommateurs, la Direction générale des entreprises (DGE) du ministère de l'Économie et des Finances. Non obligatoire, il est fortement préconisé pour encadrer juridiquement la location.

- Ce contrat est désormais conclu pour une durée de deux ans, contre un an auparavant.
- Pour la seconde année de location de parcelle, le contrat comprend un engagement du camping à n'augmenter le loyer qu'en corrélation avec certains facteurs (hausse du coût de la vie, investissements effectués par le camping, hausse de la taxe de séjour, etc.).
- Grâce au contrat loisirs, hors cas précis, un client ne peut être invité à quitter le camping au bout de quelques mois de location.
- L'âge limite du mobil-home peut être précisé.



Le groupe Siblu compte 24 parcs résidentiels de loisirs, 21 en France et trois aux Pays-Bas, et gère 11 000 propriétaires de mobil-homes.

Circuler, stationner et camper, les règles à respecter

Si le camping-car est synonyme de liberté, son usage est cependant encadré. La règle d'or pour comprendre ce qui est autorisé ? Le considérer comme un véhicule classique puisque c'est bien l'une de ses caractéristiques.

L'été 2020 a vu l'arrivée de nombreux camping-caristes sur l'ensemble du territoire. Une aubaine pour de nombreux territoires qui ont pu ainsi compenser en partie l'absence de touristes. Pour certaines communes, cependant, la méconnaissance des droits des camping-caristes a parfois été problématique. Alors quels sont les droits et devoirs de ces touristes itinérants et autonomes ?

• CIRCULER

Pour circuler au volant d'un camping-car dont le PTAC n'excède pas 3,5 tonnes, ce qui est le cas de la très grande majorité des camping-cars, un simple permis de conduire de tourisme (B) suffit. Si le véhicule tracte une remorque de plus de 750 kg, le permis BE s'impose. Enfin, si le camping-car affiche un PTAC supérieur à 3,5 tonnes, il est nécessaire de disposer d'un permis B délivré avant le 20 janvier 1975 ou bien d'être titulaire d'un permis poids lourd.

• STATIONNER

Les camping-cars peuvent stationner de jour comme de nuit partout où une voiture de tourisme le peut et ce pour une durée maximale de sept jours, sauf restrictions locales applicables à l'ensemble des véhicules. Une fois garés, les occupants du camping-car peuvent se restaurer ou dormir dans l'habitacle sans restriction dès lors qu'ils ne manifestent aucun signe de camping. De

ce fait, les interdictions générales de stationnement ne concernant que les camping-cars sont considérées comme illégales. Si une municipalité décide d'une interdiction temporaire, comme lors de la tenue d'un marché, celle-ci doit concerner l'ensemble des véhicules.

• CAMPER

Le stationnement sur la voie publique est réglementé. Il leur est interdit de mettre des cales, déployer un auvent, installer table et chaises de camping sur le trottoir, étendre du linge ou faire sécher des serviettes. Ils sont dans ce cas passible d'une amende pour camping sauvage. Pour pouvoir camper, les camping-cars peuvent se rendre sur des aires d'accueil dédiées, sur un terrain privé avec l'accord de son propriétaire, ou dans les communes qui autorisent le camping. À l'exemple de France Passion qui permet aux camping-caristes de stationner dans des terrains privés d'exploitants agricoles. Dans tous ces lieux, il leur sera possible de s'installer comme bon leur semble, dans le respect de leur voisinage et des règles en vigueur sur les lieux occupés. ●

Camping-car en situation de camping. Les utilisateurs de camping-cars peuvent être verbalisés sur la voie publique mais sont autorisés à déballer leur camping-car sur les aires d'accueil.

Les textes en vigueur

Trois codes régissent la circulation et le stationnement du camping-car.

- **Le code de la route** (articles R. 417-1 et suivants) L'article R. 417-12, notamment, concerne le stationnement sur la voie publique.
- **Le code général des collectivités territoriales** (articles L. 2212-2, 1°, L. 2213-2 et L. 2213-4).
- **Le code de l'urbanisme** pour tout ce qui a trait au stationnement sur le domaine privé, dans les mêmes conditions que celles applicables aux caravanes.



Camping-car qui circule sur une route.



Camping-car qui stationne.



Engouement confirmé pour le camping-car

Après le premier déconfinement de mai qui a vu un rebond spectaculaire des ventes de camping-cars durant l'été, la saison 2020-2021 a bien démarré et devrait effacer les effets du second confinement.

La saison 2019-2020, qui s'est étalée de septembre 2019 à fin août 2020, aura certainement été l'une des plus chaotiques pour le secteur du véhicule de loisirs. Pourtant, en dépit de la crise sanitaire qui a entraîné la fermeture des usines de fabrication et des points de vente, puis l'annulation des grands salons de l'automne, les immatriculations ne se sont pas effondrées : la baisse de l'activité s'est limitée à 3,8 %. Un chiffre obtenu grâce au puissant rebond observé juste après le premier déconfinement, lorsque la pratique du camping-car est soudainement apparue au grand public comme un choix de vacances particulièrement protecteur quant à la distanciation sociale tout en permettant de modifier sa destination au gré de ses envies. Dans le secteur de l'automobile en revanche, les effets du confinement et de la crise sanitaire ont impacté fortement le marché qui chute de 27 % au terme des 11 premiers mois de

l'année 2020. Cette comparaison est intéressante car si les contraintes ont été les mêmes dans les deux secteurs (arrêt de la production, fermeture des concessions, confinement des acquéreurs, crainte quant à l'avenir), la reprise a été plus marquée pour le véhicule de loisirs.

UN PHÉNOMÈNE EUROPÉEN

Dans presque toute l'Europe et plus particulièrement dans les pays du Nord (de la Belgique à la Scandinavie en passant par l'Allemagne qui enregistre des records de vente), la saison 2019-2020 aura été au final largement positive. La hausse du marché s'inscrit en effet au-dessus des 6 %, un résultat honorable dans le contexte du moment. En revanche, la Grande-Bretagne et les pays méditerranéens ont été davantage touchés. Ces progressions s'expliquent une fois encore par l'attrait d'une formule de voyages itinérants évitant la promiscuité, avec un cadre de vie plus proche de la nature. Partout en Europe, on assiste à la poursuite du phénomène « vans et fourgons », avec des immatriculations en forte hausse pour ce segment qui attire une nouvelle clientèle plus jeune. Ce début de saison (septembre-octobre 2020) prometteur l'est aussi pour de nombreux grands marchés européens et notamment en Allemagne où l'on établit chaque mois de nouveaux records, après avoir terminé la saison précédente à 66 574 immatriculations de camping-cars neufs. En France, en enregistrant une hausse de quasiment 55 % au terme des deux

« Dans presque toute l'Europe, la saison aura été largement positive malgré le contexte sanitaire. »

premiers mois de la saison 2020-2021 (septembre-octobre 2020), le marché du camping-car neuf, incluant les vans et fourgons, a démarré sur les chapeaux de roues, démontrant ainsi son excellente santé et la pertinence des nouveaux modèles. Ainsi, entre septembre et octobre, ce ne sont pas moins 4 251 nouveaux véhicules qui ont été immatriculés, ventes favorisées par la Quinzaine du camping-car (voir p.10). Des hausses qui ont permis de prendre un peu d'avance alors que le nouveau confinement se mettait en place et ralentissait les ventes durant plusieurs semaines. Ainsi, si le mois de novembre s'est clôturé en baisse de 16 %, le cumul sur l'année civile reste positif avec 23 710 unités, soit une hausse encore de 3,4 %. L'arrivée progressive des vaccins et les mesures prises par les pouvoirs publics depuis plusieurs mois devraient favoriser le retour à une vie normale dès la fin de l'hiver. Dans ces conditions, tous les indicateurs sont au vert pour faire de la saison en cours un succès. Grâce à l'attrait grandissant du van et du fourgon, le marché du camping-car dans son ensemble pourrait alors se diriger vers le cap des 30 000 immatriculations. ●



En chiffres

- Cumul saison **France** 09.2019-08.2020
23 409 immatriculations
- **3,8 %**
- Cumul saison **Europe** 09.2019-08.2020
141 570 immatriculations
+ **6,8 %**
- Septembre-octobre de la saison 2020-2021 en **France** :
4 251 immatriculations
+ **36,9 %**
dont **1 798** vans, soit + **54,4 %**

Enquête VDL Mag

VDL Magazine s'intéresse à ce que vous pensez de votre magazine. Donnez-nous votre avis lors de la grande enquête qui sera menée en février prochain. Elle vous sera envoyée par mail et vous pourrez directement y répondre en ligne. Votre avis est précieux et nous aidera à mieux répondre à vos attentes. Nous vous remercions par avance pour votre participation.



ÉLECTION

Un nouveau président à la tête d'UNI VDL

Pierre Rousseau, trésorier depuis 20 ans du syndicat UNI VDL et président du groupe Rapido a été élu pour une durée de deux ans à la tête du syndicat professionnel. Une page se tourne donc, après le départ à la retraite de François Feuillet, président du directoire du groupe Trigano, qui aura œuvré durant trois décennies pour toujours mieux positionner le véhicule de loisirs dans l'économie touristique. Son successeur est également un « poids lourd » de la branche du VDL puisque, entré dans l'entreprise familiale en 1976, Pierre Rousseau en a fait un groupe majeur dans l'industrie du VDL avec dix sites de fabrication en Europe et Canada.

SALONS

Atlantica fait exception

L'année 2020 a été une année compliquée pour les grands salons du secteur des véhicules de loisirs. Le salon de Paris-Le Bourget consacré aux véhicules de loisirs, le salon des équipements et des techniques du tourisme (SETT) de Montpellier et de nombreux salons régionaux ont été annulés pour des raisons sanitaires. Atlantica, le salon incontournable de l'hôtellerie de plein air (HPA) a pu, quant à lui, ouvrir ses portes du 13 au

15 octobre à La Rochelle. En dépit de la conjoncture, 6 539 visiteurs ont fréquenté cette manifestation, contre 7 923 personnes en 2019, soit une baisse globale de 17,43 %. Moins de monde, mais mieux qualifiés, les visiteurs étaient bien au rendez-vous, et ils étaient motivés et intéressés aux dires des exposants. Un beau succès pour ce salon, et rendez-vous l'année prochaine, du 12 au 14 octobre 2021.

TOURISME

Le camping-car coche toutes les cases !

Même si la crise sanitaire a durement affecté les acteurs du tourisme du fait des restrictions d'activité mises en place pour lutter contre l'épidémie, ainsi que les entraves aux déplacements internationaux, la fréquentation estivale n'a pas été catastrophique. Si l'absence de la clientèle internationale n'a pu être totalement compensée, ces résultats globalement satisfaisants ont pu être obtenus grâce à une mobilisation du marché domestique. Ainsi parmi les 53 % de Français qui sont partis en juillet et août, 94 % sont restés en France. Il faut également souligner que la clientèle européenne de proximité, notamment belge, néerlandaise et allemande, a répondu présent. De manière générale, les destinations positionnées prioritairement sur le haut de gamme, avec un niveau d'internationalisation important, ont eu davantage de difficultés à compenser les baisses de fréquentation par la bonne tenue du marché domestique. Les activités de plein air, les destinations du littoral et de la campagne ont été privilégiées par les touristes. La saison a été en revanche difficile dans les grandes villes, la Corse et dans les outre-mer. Selon *Veille Infos Tourisme*, des évolutions de comportements touristiques ont été constatées : fréquentation de proximité, orientation vers de courts séjours, choix de dernière minute, recherche des grands espaces naturels. Autant dire que sur l'ensemble de ces orientations, le camping-car fait carton plein et coche toutes les cases.

PROMOTION

Deux campagnes de communication d'envergure

Durant le premier confinement, UNI VDL avait lancé sa première campagne TV. Fort de son succès, le syndicat des entreprises de loisirs a souhaité renouveler une opération de communication avec une nouvelle campagne TV du 21 décembre au 20 janvier 2021, sur les grandes chaînes de télévision nationale. À travers cette opération, qui se compose de 1 000 spots de 25 secondes, UNI VDL souhaite mettre en avant la liberté que procure le camping-car et la facilité d'y appliquer les contraintes sanitaires. Durant quatre semaines, France Télévision, LCI, BFM TV et CNews diffuseront aux heures de grande écoute un spot mettant en scène l'art de vivre en camping-car, van et fourgon aménagé autour du slogan « le camping-car, vous y avez pensé ? ».

TOUTES NOS CHAMBRES
ONT VUE SUR LE PARADIS.

DUCATO.

Des vacances exclusives, le choix est naturel.



Avec un camping-car sur base Fiat Professional Ducato, vous pouvez aller partout, même dans les endroits les plus remarquables et les plus beaux du monde. Vous rejoindrez votre destination en toute sécurité, à votre rythme, avec tout ce qui vous est utile à portée de main, en savourant chaque minute de votre voyage et de votre liberté retrouvée.

#STAYSAFE #TRAVELSAFE #FIATDUCATOCAMPER

WWW.FIATCAMPER.COM



PROFESSIONAL

APPRECIÉ PAR PLUS DE
500.000
FAMILLES**

**Calcul sur la base des immatriculations de FCA en Europe au cours des 10 dernières années.



CITROËN CAMPING-CAR

DU CONFORT À L'AVENTURE

Aide au Démarrage en Pente
Contrôle de Vitesse en Descente***
Reconnaissance des Panneaux de Vitesse
Commutation Automatique des Feux de Route
Motorisations BlueHDi avec technologie SCR-AdBlue®

CITROËN CAMPING-CAR ASSISTANCE **2 ANS INCLUS**

+ 1 AN OFFERT* à chaque entretien dans le réseau Citroën
00 800 0808 24 24**
7J/7 – 24 H/24 – 55 Pays – Europe Eurasie Maghreb
Assistance du véhicule porteur et de la cellule

6 500 réparateurs agréés – Extension de garantie Citroën Jumper camping-car à conditions exceptionnelles

**INSPIRED
BY YOU**

Citroën préfère Total *À partir de la date de réalisation de l'entretien périodique de votre véhicule dans le réseau Citroën et pendant 12 mois, indépendamment de l'âge du véhicule, si l'incident n'est pas couvert par l'assistance de la garantie contractuelle ou d'un contrat de Service Citroën souscrit. Les véhicules en location longue et courte durée et LOA ne bénéficient pas de l'offre. Conditions générales disponibles en Points de Vente Citroën ou sur www.citroen.fr. **Appel gratuit depuis une ligne fixe ou un mobile. ***Équipement en option.

GAMME CITROËN JUMPER AVANT TRANSFORMATION : CONSOMMATIONS MIXTES ET ÉMISSIONS DE CO₂ - NEDC CORRÉLÉ : DE 5,9 À 6,4 L/100 KM ET DE 153 À 179 G/KM - WLTP : DE 8,5 À 10 L/100 KM ET DE 222 À 263 G/KM.