

# VDL MAG

LE MAGAZINE  
DES VÉHICULES  
DE LOISIRS

n° 129

octobre 2021

EXPERTISE

## Emploi : l'industrie des véhicules de loisirs recrute !

INTERVIEW

Les entreprises des VDL,  
**poumon économique des  
territoires**

ENQUÊTE

**La formation,**  
un enjeu stratégique

ZOOM

**Mobil-homes,**  
les règles à connaître

## VDL : recherche employés désespérément !

Si certains secteurs sont en difficulté avec la pandémie, ce n'est pas le cas des véhicules de loisirs (VDL). Les camping-cars, vans et caravanes se portent bien, avec des immatriculations en hausse dans toute l'Europe. Ces entreprises familiales, avec une forte implantation régionale, cherchent de la main d'œuvre pour répondre à la demande. La liste des métiers est très vaste, allant de l'électricien au monteur-assembleur, au menuisier, en passant par les services comptables, de ressources humaines ou d'informatique... Tous les constructeurs sont unanimes, ils font partie des secteurs en tension et ont du mal à recruter. Et les diplômés sont recrutés avant même la fin de leurs études ! Faire connaître ce secteur, ses métiers, et former de nouvelles recrues sont au cœur des stratégies des entreprises des VDL. Il ne faut pas compter

« Faire connaître ce secteur, ses métiers, et former de nouvelles recrues sont au cœur des stratégies des entreprises des véhicules de loisirs. »

que sur les constructeurs pour recruter ; les distributeurs ne sont pas en reste, avec des responsables d'atelier, des préparateurs, des mécaniciens, etc., qui manquent à l'appel. Pour les collectivités, ces industries sont une chance. Outre l'aspect « emploi », elles soutiennent un bassin de vie, en permettant à des nouveaux habitants de s'installer, offrent des services aux salariés, et permettent via les impôts et taxes aux communes ou à la communauté de communes de développer la vie sociale, culturelle et économique du territoire. Les collectivités, elles, soutiennent les industriels autour de leurs problématiques : recrutement, mobilité, attractivité, ou encore l'extension d'usine.

### Le comité de rédaction

**03** EXPERTISE  
Emploi : L'industrie des véhicules de loisirs (VDL) recrute !

**08** INTERVIEW  
Les entreprises des VDL, poumon économique des territoires

**12** ENQUÊTE  
La formation : un enjeu stratégique

**14** ZOOM  
Mobil-homes, les règles à connaître

**16** CHIFFRES-ÉCO  
Europe : des immatriculations en forte hausse

**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, Guillaume Doury.

**Conception, réalisation :**  
Denfert Consultants.

**Crédits photos :**  
Résidences Trigano, Rapido, DR, Pilote, mairie de Tournon-sur-Rhône, Mayenne Communauté, DR, Tripapyrus.

**N° ISSN : 1164-9062**

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

## EMPLOI

# L'industrie des véhicules de loisirs recrute !



**Fabrication, commercialisation, maintenance, le secteur des véhicules de loisirs (VDL) est créateur de nombreux emplois, des emplois non délocalisables situés au cœur de territoires intermédiaires où la tradition industrielle perdure. D'où, parfois, des difficultés à recruter les collaborateurs nécessaires.**

Chaque année, près de 1,5 million de camping-caristes irriguent l'économie au cœur des territoires. Petits commerces, restaurants, musées, de nombreux secteurs d'activité bénéficient de dépenses souvent conséquentes, puisque la dépense journalière moyenne de chaque équipage composé de deux personnes est estimée à une quarantaine d'euros en dépenses de loisirs et restauration. Mais les effets bénéfiques de ce type de tourisme sur l'économie locale ne se limitent pas à cette seule dimension. La fabrication des camping-cars, caravanes et autres mobil-homes est elle aussi source de développement. De fait, le secteur emploie des milliers

de personnes, souvent dans des territoires intermédiaires. Les unités de production jouent ainsi un véritable rôle de poumon économique au sein de nombreux territoires comme en témoignent les élus locaux (voir p.7 et interviews p.8). Pilote, par exemple, emploie près de 1 000 collaborateurs sur ses sites d'Angers et du sud de Nantes. Trigano, de son côté compte environ 1 200 collaborateurs permanents dans la région de Tournon-sur-Rhône. Rapido, pour sa part, recense 650 personnes sur le site de Mayenne au sein de ses usines Rapido et Rapidhome pour un effectif global d'environ 2 000 personnes au sein du groupe. Côté fabricants, toujours, Bürstner, implanté

## Des difficultés identiques pour le mobil-home

Avec une activité comparable à celle de la fabrication des camping-cars ou des caravanes, les fabricants de mobil-homes font souvent face aux mêmes difficultés de recrutement que tous les acteurs du VDL. Et les besoins sont tout aussi présents. Ainsi, pour faire face à la reprise intervenue en octobre 2020 après le choc de la crise sanitaire, Résidences Trigano a embauché quatre commerciaux et vient de recruter une trentaine d'opérateurs de montage ainsi que des collaborateurs dédiés aux achats ou à la qualité. « Cette année nous avons, par prudence, fait appel à une part importante d'intérimaires, relève Fabrice Beslin, directeur général de Résidences Trigano. Or, nous aimons bien leur proposer des CDI dès lors que c'est possible. Cependant, cela ne suffit pas et nous avons confié le recrutement d'une vingtaine d'opérateurs de montage à un prestataire externe. » Des recrutements fondés sur des tests de dextérité comme la capacité à trier des vis, à manier une perceuse ou une visseuse ou encore à lire un plan afin que les nouveaux collaborateurs puissent ensuite être formés en interne aux spécificités du métier.



« Le recrutement de personnel qualifié dans notre zone géographique constitue un vrai challenge, lié à la situation de quasi plein emploi des deux côtés du Rhin et la forte concurrence d'autres secteurs industriels. » **Annette Weiler**

en Alsace, comptait 230 collaborateurs à Wissembourg et 840 à Kehl et à fin juin 2021. Des sites industriels géographiquement variés auxquels il faut ajouter l'ensemble des implantations liées à la vente, à la location et à la maintenance des équipements. Le groupe CLC, par exemple, est animé par 330 collaborateurs répartis dans ses 17 concessions, principalement implantées dans le quart nord-est de la France. Sud-Loire Caravanes, pour sa part compte environ 300 salariés, YpoCamp 200, Loisiréo 180 ou

encore TPL 120. Si l'on ajoute les métiers du transport et de l'installation, notamment pour les mobil-homes, ou encore les organismes de financement, ce sont ainsi des milliers d'emplois générés par le secteur des VDL partout en France, mais aussi en Europe, nombre d'intervenants ayant également des implantations hors de l'Hexagone.

### DES MÉTIERS DIVERSIFIÉS

Pour autant, l'ensemble des acteurs ne trouvent pas toujours la main

d'œuvre dont ils ont besoin, surtout lorsque la demande est aussi haute. Ainsi, sur 12 mois glissants à fin juin 2021, les nouvelles immatriculations de camping-cars et de vans neufs ont bondi de 47,11 %, celles de véhicules d'occasion de 28,91 %. Pour faire face à la demande, les constructeurs ont dû recruter, non sans mal, tant les métiers sont spécifiques et la concurrence importante dans les métiers de l'industrie. De fait, réaliser un véhicule de loisir, quel qu'il soit, relève du

sur-mesure, tant les aménagements font appel à des compétences diversifiées. Menuiserie, électricité, plomberie, garnissage, carrosserie, montage-assemblage, conduite de machines à commandes numériques, les compétences recherchées sont multiples et parfois très spécifiques. S'ajoutent, des métiers transversaux liés à la logistique, par exemple, ou encore au domaine de l'expédition, du transport et des douanes, sans compter tous les métiers liés aux ressources humaines, à l'informatique, à la comptabilité, au marketing, etc. Côté distribution, les métiers sont également nombreux. Ainsi, sur son site, CLC-Loisirs détaille la diversité des métiers proposés : responsable atelier, préparateur / réparateur, mécaniciens, carrossiers, vendeurs, secrétaires, commerciaux, responsables de magasin, magasiniers, responsables SAV, etc.

Une vaste palette de profils que les différents acteurs, souvent installés dans des bassins d'emploi en tension, ont structurellement du mal à trouver. « *Le recrutement de personnel qualifié dans notre zone géographique constitue un vrai challenge pour pratiquement tous les métiers* », explique Annette Weiler, DRH de Bürstner. Des difficultés de recrutement « *principalement liées à la situation de quasi plein emploi des deux côtés du Rhin et la forte concurrence d'autres secteurs industriels (entre autres automobile) implantés dans la région* ».

#### **UNE PÉNURIE DE MAIN D'ŒUVRE ACCENTUÉE PAR LA REPRISE**

Un phénomène qui s'est parfois accentué avec la crise sanitaire. « *Nous cherchons à recruter plusieurs dizaines de personnes pour venir étoffer nos équipes en production d'ici la fin de l'année*, souligne Guillemette Debilly, DRH de Trigano VDL. *Nous avons la chance d'être sur un marché très porteur et en forte croissance, mais l'économie en général a rebondi après le premier confinement et notamment dans notre belle région. Toutes les industries sont reparties*

## 2 questions à Violaine Bléjean,

DRH du groupe Pilote

### « Le recrutement traditionnel ne fonctionne plus »

#### **Que mettez-vous en œuvre pour faciliter vos recrutements ?**

Nous recrutons autrement ! Force est de constater que le recrutement traditionnel basé sur un C.V. et une expérience collant parfaitement aux besoins ne fonctionnent plus. Nous avons mis en place tout un panel de mesures pour trouver nos futurs collaborateurs, en ciblant des populations parfois éloignées de l'industrie, mais avec des aptitudes et une motivation avérées. Ces recrutements

sans C.V. sont basés sur des tests techniques développés spécialement pour nos besoins : après un test d'une vingtaine de minutes, le candidat, s'il réussit, peut directement intégrer nos équipes. Cela nous permet d'intégrer des personnes d'horizons différents ayant souvent une expérience très limitée de l'industrie mais une appétence pour le travail manuel et une véritable envie d'y arriver.

« Nous intégrons des personnes d'horizons différents ayant souvent une expérience très limitée de l'industrie mais une appétence pour le travail manuel et une véritable envie d'y arriver. »

#### **Quelles autres approches avez-vous développées ?**

Des recrutements en contrat de professionnalisation : nous avons mis en place trois certificats de qualifications paritaires qui permettent à des jeunes sortis du système scolaire sans qualification ou à des demandeurs d'emploi en recherche d'une reconversion de bénéficier d'une formation solide validée par une certification. À l'issue d'une période de six à neuf mois, si cela se passe bien, les collaborateurs peuvent démarrer une carrière au sein du Groupe Pilote. Nous effectuons également des recrutements via des associations spécialisées pour l'insertion des personnes réfugiées ou en situation de handicap.

Malgré un effort d'intégration un peu supérieur, ces nouveaux modes de recrutement sont une véritable occasion de s'ouvrir aux autres et de découvrir des personnes de parcours différents qui apportent beaucoup de richesse à nos équipes.

mettent à des jeunes sortis du système scolaire sans qualification ou à des demandeurs d'emploi en recherche d'une reconversion





*très fortement et tout comme nous recrutent beaucoup. Le recrutement est donc très loin d'être un exercice facile.* » Même constat chez Pilote, installé dans une zone où l'emploi n'est pas rare. « Nos sites français sont implantés près de Nantes et d'Angers, qui sont des bassins d'emploi dynamiques, remarque Violaine Bléjan, DRH du groupe. L'ouest de la France est une zone géographique attractive, et la population active y est en augmentation, ce qui est un plus lorsque l'on recrute. Toutefois, et c'est une bonne nouvelle en ces temps de crise sanitaire, les entreprises industrielles implantées proches de nos sites se portent également bien, et la concurrence est rude pour attirer les profils qualifiés. D'autre part, nous recrutons souvent sur des métiers dits "en tension", c'est-à-dire que le système scolaire forme moins de professionnels que ce dont les entreprises ont besoin. »

Des difficultés de recrutement similaires pour le groupe Rapido. « Comme partout maintenant il est très difficile de recruter du personnel, notamment dans des localités rurales où les taux de chômage sont faibles

« Notre besoin en recrutement est tel que dans un contexte de pénurie de candidats nous nous évertuons à recruter du personnel avec un savoir-être ainsi qu'une certaine dextérité pour les métiers manuels. » **Nicolas Rousseau**

comme en Vendée et en Mayenne, constate Nicolas Rousseau, directeur général du groupe. *Idéalement nous aimerions trouver des opérateurs de machines à commandes numériques, des électriciens, des menuisiers, mais notre besoin en recrutement est tel que dans un contexte de pénurie de candidats nous nous évertuons à recruter du personnel avec un savoir-être ainsi qu'une certaine dextérité pour les métiers manuels. Nous proposons avant intégration à l'un de nos postes, une formation avec un organisme de formation habilité.* » Ainsi, la très grande majorité des acteurs du secteur des véhicules de loisirs a pris en main la formation de leurs futurs salariés (voir p. 12).

#### DES STRATÉGIES DE RECRUTEMENT DIVERSIFIÉES

Pour faire face à leur développement, les différents acteurs rivalisent donc d'ingéniosité. Stratégie de marque employeur pour Bürstner pour augmenter tant sa visibilité que son attractivité, développement de la marque employeur ou encore des relations avec les écoles, les formations professionnelles et les administrations locales chez Rapido, mais aussi des initiatives plus originales comme l'implantation d'agence d'intérim sur site. Ainsi, l'agence d'intérim Randstad dispose d'une antenne au sein même du site Rapido de Mayenne afin de renforcer la réactivité de recrutement et la qualité du

Questions à Franck Louvrier, Vice-président en charge de l'économie de la Région pays de la Loire

## « Les Pays de la Loire sont une terre d'industrie »

### La présence de différents fabricants de camping-cars, de caravanes ou de mobil-homes est-elle un atout pour l'économie de votre région ?

Les Pays de la Loire sont une terre d'industrie. Avec près de 266 000 emplois dans l'industrie, les Pays de la Loire représentent 8,1 % des emplois industriels de France métropolitaine, une proportion nettement supérieure au poids de la région mesuré par l'emploi tous secteurs confondus : 5,9 % de l'emploi national. L'implantation d'unités de fabrication d'acteurs majeurs comme Pilote, Rapido, Trigano pour les camping-cars ; Mobil-home Rideau en Vendée et IRM et O'HARA qui appartiennent toutes les deux au groupe Bénéteau et Rapidhome en Mayenne participent à la dynamique industrielle de notre région.

### Comment les accompagnez-vous dans leur développement ?

Les entreprises fabricantes de VDL des Pays de la Loire bénéficient des outils, notamment financiers, proposés par la Région pour accompagner le développement des entreprises industrielles. La Région a ainsi constitué une boîte à outils exhaustive pour appuyer les projets ces entreprises, et en particulier :

- Pays de la Loire Conseil : possibilité d'accompagner les PME souhaitant mener une réflexion stratégique pour construire un projet de diversification ou de rebond économique.
- Pays de la Loire Redéploiement : prêt régional visant à faciliter l'accès au financement des entreprises. Il est parfois combiné avec un mécanisme de garantie (Pays de la Loire Garantie), visant la préservation (pour son volet défensif) ou le développement (pour son volet offensif) de l'outil industriel, des compétences et des emplois de demain.
- Le soutien aux projets de R&D pour renforcer leur compétitivité et développer des innovations.
- Le Plan régional pour l'industrie du futur. Afin de

répondre aux enjeux de l'industrie, la Région a adopté dès le 17 mars 2017 un ambitieux Plan pour l'industrie du futur, doté de 253 M€ sur cinq ans dont les objectifs sont les suivants :

- Améliorer la compétitivité des PMI ligériennes,
- Accroître l'avance des Pays de la Loire dans l'industrie,
- Conforter et relocaliser les activités productives en région,
- Favoriser la création d'emploi et la réalisation d'investissements sur le territoire.

Le dispositif phare de ce Plan est constitué par un Appel à manifestation d'intérêt (AMI) permettant d'accompagner un parcours de modernisation des PME. Les modernisations soutenues via l'AMI peuvent revêtir des formes très diverses : automatisation de l'outil de production (robotique...), organisation industrielle, numérisation et digitalisation (réalité virtuelle et augmentée, gestion des données, objets connectés...), procédés avancés (fabrication additive, technologies d'usinage et d'assemblage...), optimisation des consommations de matières, de fluides, d'énergie, adaptation des compétences, réduction de la pénibilité... De 2017 à 2021, la Région a ainsi engagé 204 M€ en faveur de l'industrie dans le cadre du Plan pour l'industrie du Futur, au profit de plus de 900 entreprises.

### Ces emplois non délocalisables vous semblent-ils important pour le tissu économique régional ?

Les Pays de la Loire se classent au premier rang des régions françaises pour le poids de l'emploi industriel dans l'emploi total : 16,2 %, soit plus de 4 points de plus que la moyenne nationale. En Pays de la Loire, l'industrie est présente dans de nombreux territoires situés notamment dans des zones rurales où les emplois de services sont moins présents, employant à elle seule parfois plus de 40 % des salariés du secteur privé. Ces emplois concourent au développement et au dynamisme de nos territoires.

sui et de l'accompagnement des intérimaires. « Depuis février dernier, trois de nos collaborateurs sont installés sur le site de Rapido, explique Anthony Robin, directeur de région Mayenne et Maine & Loire de Randsstad Inhouse. Ils travaillent en lien permanent avec les équipes des ressources humaines et les opérationnels et connaissent les particularités de chaque poste ce qui facilite le recrutement de profils adaptés. » De plus, le groupe a organisé, fin juillet dernier,

deux journées portes ouvertes pour faire découvrir son savoir-faire, ses produits, ses métiers et démystifier le travail en industrie. Trigano, de son côté, met également en place de nombreuses actions. « Nous avons développé des partenariats solides avec nos prestataires de travail temporaire, les missions locales, Pôles emploi, etc., remarque Guillemette Debilly. Nous avons aussi mis en œuvre une action de parrainage de candidats par nos salariés qui fonctionne très

bien ainsi que des mesures facilitant la vie de nos salariés. Par exemple, ce sont six lignes de bus entre Annonay et Portes-lès-Valence qui sont affrétées spécialement pour conduire gratuitement nos salariés entre chez eux et l'entreprise et nous disposons d'un restaurant d'entreprise au sein de l'usine qui facilite beaucoup le quotidien. » Une approche globale, donc, qui veille à prendre en compte toutes les dimensions liées à la vie professionnelle des salariés. ●

# Les entreprises des VDL, poumon économique des territoires

À Tournon-sur-Rhône et Mayenne, les groupes Trigano et Rapido sont des figures de l'économie locale. Pour les deux communes et les bassins de vie environnant, les retombées économiques, mais aussi socio-culturelles sont importantes. Entretien avec Frédéric Sausset, maire de Tournon-sur-Rhône, président d'Arche Agglo et Pierrick Tranchevent, vice-président en charge de l'économie à Mayenne Communauté.

## Quel est l'apport de groupes comme Trigano et Rapido dans l'économie locale ?

**Frédéric Sausset :** Le groupe Trigano emploie environ un millier de personnes sur ses sites de Tournon-sur-Rhône et de Lamastre, un chiffre en hausse du fait de l'engouement pour les camping-cars résultant de la crise sanitaire. Cela a donc un impact important sur l'économie locale puisque sur ce millier d'employés une bonne moitié réside à Tournon-sur-Rhône ou Tain-l'Hermitage, donc sur le bassin de vie d'environ 20 000 personnes que représentent ces deux villes et quelques communes environnantes. De plus Trigano compte depuis de très nombreuses années une main d'œuvre qualifiée en provenance des plateaux ardéchois. Cela génère donc un développement économique certain d'autant que le groupe a progressivement agrandi son outil en créant une cantine moderne et des lignes de fabrications supplémentaires. Trigano, mais aussi le groupe Fareva, spécialiste du packaging pour produits de luxe, ont apporté de la stabilité en matière d'emploi sur notre territoire de par leur implantation dans les années 1965-1970.

**Pierrick Tranchevent :** Au sein de notre communauté de communes, Mayenne Communauté, nous avons la chance de compter le groupe Rapido qui se révèle un acteur majeur de l'économie locale. Le nombre de salariés qu'il emploie a bondi de 500 à 700 personnes



« Si les industriels ressentent un bon accueil et une certaine attractivité du territoire, ils ont davantage tendance à s'y installer durablement. » **Frédéric Sausset**

à la suite du boom des ventes résultant de l'intérêt des Français pour le camping-car depuis le début de la crise sanitaire. Au sein de Mayenne Communauté nous disposons d'une économie locale très diversifiée. Rapido fait partie des incontournables au même titre que SEB Moulinex, Lactalis ou l'industrie pharmaceutique. C'est un acteur majeur en regard du nombre d'emplois, mais également de son attachement territorial fortement marqué depuis sa création en 1961. Cette entreprise familiale a su s'adapter, se développer

**Frédéric Sausset,**  
maire de Tournon-sur-Rhône,  
président d'Arche Agglo



tout en privilégiant son implantation à Mayenne. D'ailleurs, elle vient encore de s'agrandir avec une nouvelle ligne de fabrication et Pierre Rousseau, son PDG, est très impliqué dans le développement local puisqu'il anime avec moi le programme Territoires d'Industrie de Mayenne<sup>1</sup>, un programme pour lequel nous avons été retenus parmi les premiers, quelques mois après son lancement par l'État en novembre 2018.

#### **Quelles sont les conséquences de leur développement pour votre territoire ?**

**Frédéric Sausset :** Tout d'abord nous enregistrons une dynamique démographique certaine. Toute entreprise qui génère de l'emploi fait que ses employés se rapprochent géographiquement. Dans notre bassin de vie, par exemple, une majorité des transactions immobilières sont orientées vers Trigano. Des familles se créent, s'agrandissent, donc c'est toute l'action économique et sociétale qui en bénéficie avec tout ce que cela génère en matière d'attractivité dans le monde associatif, sportif ou culturel. Lorsque Trigano fait venir des clients étrangers, ils vont séjourner à l'hôtel et prendre des repas au restaurant. De plus, le tourisme économique, avec les visites de l'usine Trigano, mais également du chocolatier Valrhona, est un phénomène qui prend de l'ampleur. D'ailleurs certaines associations de camping-cars s'organisent pour venir visiter le site Trigano. Aussi, nous réfléchissons à améliorer leur accueil et, dans le cadre d'une opération de restructuration urbaine, nous allons déplacer la petite aire d'accueil dont nous disposons aujourd'hui pour créer une aire plus grande et bien équipée. C'est d'ailleurs une opération que nous allons conduire en partenariat avec Trigano.

**Pierrick Tranchevent :** Outre les conséquences positives sur l'économie locale et la vie sociale, le corollaire de notre succès est bien entendu l'émergence de problèmes de recrutement et de compétences. Pour en prendre un seul exemple, au plus fort de la crise sanitaire, le recul de l'emploi a été limité à 5 % sur notre territoire contre 18 % pour le département de la Mayenne, 22 % en région Pays de la Loire et parfois 20 à 40 % dans certaines zones du pays. La tension sur les compétences est donc relativement importante et, par exemple, le développement d'un groupe comme

**Pierrick Tranchevent,**  
vice-président en charge de  
l'économie à Mayenne Communauté



Rapido va désormais se faire au travers de formations sur site.

#### **Comment accompagnez-vous les industriels dans leur développement ?**

**Frédéric Sausset :** En matière d'emploi, nous organisons avec l'Agglomération des forums et avons des relations étroites avec Pôle emploi et les différentes structures dédiées. Cela dit, il est compliqué de recruter pour les métiers industriels, ce qui est également vrai pour des secteurs comme le BTP ou la restauration. Nous essayons de tout mettre en œuvre pour faciliter l'embauche, mais ce n'est pas suffisant, loin de là. Par

« Au plus fort de la crise sanitaire, le recul de l'emploi a été limité à 5 % sur notre territoire contre 18 % pour le département de la Mayenne, et parfois 20 à 40 % dans certaines zones du pays. »

#### **Pierrick Tranchevent**

ailleurs, nous sommes particulièrement vigilants en matière de délivrance des permis de construire. Nous travaillons en étroite relation avec la préfecture sur ce sujet car ce n'est pas toujours simple au regard de l'évolution de l'urbanisme et des exigences réglementaires. Certains bâtiments industriels sont situés en limite de zone inondable et il est important de proposer des solutions pérennes et fiables aux entreprises qui souhaitent s'agrandir. Autrement, le risque, c'est qu'un jour les industriels déplacent leur outil de travail à cause de l'impossibilité de s'étendre.

**Pierrick Tranchevent :** En matière de développement, nous intervenons dans le cadre de la loi NOTRe<sup>2</sup>. La

1. Le programme « Territoires d'Industrie » lancé en novembre 2018 vise à rassembler industriels et pouvoirs publics afin de mieux répondre aux besoins identifiés notamment en matière d'attractivité, de recrutement, d'innovation ou de simplification.

2. La loi sur la Nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) de 2015 a élargi les compétences confiées aux régions et redéfini celles relevant des collectivités territoriales. Elle a notamment accentué le poids des régions en matière économique et renforcé les intercommunalités.

région se charge de définir les orientations stratégiques tandis que la communauté de communes est le bras opérationnel. Sur certains points nous avons obtenu une réorientation des politiques régionales en regard de l'expérience et de l'engagement de nos industriels sur notre territoire. C'est un va-et-vient permanent entre les différentes instances ce qui permet un travail extrêmement efficient. L'accompagnement n'est pas simplement descendant de la Communauté vers les entreprises, c'est également un engagement de leur part pour promouvoir le territoire. Nous sommes donc en train d'imaginer comment pouvoir travailler ensemble. On s'aperçoit, par exemple, que les élus ne connaissent pas les entreprises, leurs enjeux, leurs difficultés. On essaye donc de remédier à cela. De même, les entreprises ne connaissent pas toujours les enjeux du territoire en matière d'environnement, de stratégie ou encore de formation. De ce fait on essaye de multiplier les interactions pour améliorer la connaissance mutuelle et mieux travailler ensemble au développement local. Nous travaillons essentiellement dans le cadre du programme Territoires d'Industrie. Il nous permet de partager les problématiques, qu'il s'agisse de mobilité ou d'attractivité. Nous travaillons, par exemple, à créer un hôtel des alternants pour héberger les apprentis en plein centre-ville et attirer des talents qui ne seraient pas venus autrement, ou encore à mettre en place un pass mobilité. Nous travaillons également à augmenter notre notoriété car nous sommes un territoire méconnu, souvent trop discret. Enfin, nous souhaitons développer le commerce local et l'attractivité du centre-ville. Tout cela représente un chantier très important, mais qui s'avère nécessaire si l'on veut répondre aux besoins de compétences des entreprises.

#### Les recettes fiscales associées à ces implantations industrielles sont-elles conséquentes ?

**Frédéric Sausset :** Ces recettes, perçues par la communauté Arche Agglo, qui regroupe 41 communes, sont forcément conséquentes puisque nous comptons sur notre territoire des entreprises comme Trigano, Fareva, Vuitton, Valrhona ou encore Sodimas. Ces ressources servent au développement du service à nos



L'usine Rapido en Mayenne.

« L'important c'est ce que ces entreprises apportent au territoire pour le développement collectif de tous. »

**Pierrick Tranchevent**

populations avec des investissements qui nous permettent d'aménager et d'améliorer nos zones d'activité économiques et de renforcer la vie sociale du territoire. Nous devons chercher à être le plus attractifs possibles. C'est aussi cela qui permet aux industriels de s'implanter et de se développer. S'ils

« Il est compliqué de recruter pour les métiers industriels. »

**Frédéric Sausset**

ressentent un bon accueil et une certaine attractivité du territoire, ils ont davantage tendance à s'y installer durablement.

**Pierrick Tranchevent :** Bien entendu. Ainsi, lorsque Rapido s'agrandit c'est intéressant en termes de

recettes fiscales. Mais le plus important n'est pas là. La vraie recette ce sont les emplois qui font vivre les communes, les écoles, les commerces, les associations sportives et culturelles. L'important c'est ce que ces entreprises apportent au territoire pour le développement collectif de tous. D'ailleurs, dans le cadre du programme Territoires d'Industrie, nous allons développer la question environnementale car les entreprises sont en train de prendre le virage de la transition écologique de manière incroyable. Dans cette lignée, nous savons que les citoyens vont attendre des territoires vertueux et protecteurs de l'environnement. C'est là aussi le témoignage des défis communs aux entreprises et à la communauté de commune que nous avons à relever. ●

# Venez découvrir toutes les nouveautés au 55<sup>ème</sup> Salon des Véhicules de Loisirs



**25 SEPT - 03 OCT 2021**

**PARIS - LE BOURGET**



Le Salon des Véhicules De Loisirs

#### **ACHETEZ VOTRE BILLET**

à tarif réduit sur le site  
**salonvdl.com** et évitez  
les files d'attente aux caisses !

**salonvdl.com**

#### **TÉLÉCHARGEZ L'APPLICATION**

pour vous guider sur le salon.



#### **PRENEZ RENDEZ-VOUS**

au centre d'essais pour  
tester camping-cars et vans  
sur **salonvdl.com**

# La formation : un enjeu stratégique



**En matière de recrutement, tous les intervenants rencontrent une problématique majeure, celle des compétences. Les opérateurs qualifiés sont en effet rares sur le marché. D'où la mise en place, au sein des entreprises, de cursus visant à former les nouveaux collaborateurs et à renforcer les compétences des salariés en poste.**

**F**ace aux difficultés rencontrées pour recruter des collaborateurs bien formés, la majorité des acteurs du secteur des véhicules de loisirs a pris le taureau par les cornes et mis en place des formations initiales ou continues. De fait, les formations dédiées sont rares et peu prisées des jeunes. Le signe que les métiers proposés par les concessionnaires ou les industriels souffrent d'un manque de notoriété certain et que le travail sur l'image

de marque des employeurs reste un chantier prioritaire.

## **MISER SUR DES CURSUS PROFESSIONNALISANTS**

Les chiffres de fréquentation des cursus existants se révélant bien trop faibles pour répondre à la demande, cela a conduit au développement de formations spécifiques au sein des entreprises. Pilote a ainsi instauré trois Certificats de qualification paritaire de

la métallurgie (CQPM) en contrat de professionnalisation ouverts aux jeunes sans formation et aux demandeurs d'emploi « *Chaque mardi, nous ouvrons nos portes à des personnes intéressées par une carrière dans l'industrie. Après une visite, des entretiens flash et quelques tests techniques, elles peuvent intégrer un de nos 3 CQPM : agent logistique, opérateur de conduite de machine ou assembleur monteur de véhicule de transport* », explique Violaine

Bléjean, DRH du groupe Pilote. Six à neuf mois plus tard, les collaborateurs jusqu'alors en contrat de professionnalisation peuvent ainsi rejoindre l'entreprise à part entière. Le groupe Rapido, de son côté, a mis en place des formations en lien avec ses métiers, qu'il s'agisse de menuiserie ou des postes de montage de VDL, afin de permettre à ses nouveaux collaborateurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin pour exercer leurs fonctions. « Ces modules de formations sont suivis par les nouveaux collaborateurs avant leur prise de poste, précise Nicolas Rousseau, directeur général du groupe Rapido. En fonction du module de formation, celui-ci varie de quelques jours à plusieurs semaines. De plus, une fois en poste, nos nouveaux collaborateurs font l'objet d'un accueil et d'un suivi par un référent ainsi que de points réguliers. » « Nous avons élaborés, avec des prestataires spécialisés, différentes formations qui permettront de répondre aux besoins de recrutement du groupe Rapido, ajoute Anthony Robin, directeur de région Mayenne et Maine & Loire de Randstad Inhouse. Pour ces cursus visant à former des opérateurs de machines à commandes numériques, des monteurs de panneaux sandwich ou des monteurs VDL, nous avons recrutés près de 70 personnes motivées par ces métiers. »

Confronté lui aussi à des problématiques de recrutement, Bürstner joue également la carte de la formation interne. « Nous proposons différents cursus d'apprentissage (par exemple en menuiserie) ainsi qu'une offre élargie de formations continues, précise Annette Weiler, DRH de Bürstner. Il existe également un programme de développement spécifique pour nos futurs cadres et nous travaillons actuellement à la création d'une plate-forme de formation en ligne pour tous nos employés. »

### ASSURER LA MONTÉE EN COMPÉTENCES DES SALARIÉS

Trigano VDL, pour sa part, a structuré son offre de formation autour d'une entité dédiée, Campus Trigano. « Nous avons dû nous adapter, explique Guillemette Debilly, DRH de Trigano VDL. Il n'existe pas d'écoles du camping-car ou de la caravane. Nous avons donc créé en 2018 une école de formation appelée Campus Trigano. L'une des missions de Campus Trigano est de créer des formations sur-mesure pour donner aux nouveaux embauchés les compétences minimales nécessaires pour travailler dans nos ateliers. Sa seconde vocation est de s'assurer de la montée en compétence permanente des salariés déjà présents via des sessions de formations qui varient de quelques heures à quelques jours

selon le thème (sécurité, qualité, électricité, étanchéité, conduite de machine, assemblage, etc.). »

Dans les pages recrutement de son site internet, CLC-Loisirs, de son côté, met l'accent sur les actions de formation proposées. « Le véhicule de loisirs est un produit en perpétuelle évolution technique. Aussi, conseiller au mieux notre clientèle implique une mise à jour régulière de ses connaissances. Afin de permettre à nos collaborateurs de remplir leurs missions au quotidien, nous mettons en œuvre des formations internes comme externes afin que nos collaborateurs maîtrisent au mieux les produits et les techniques indispensables à l'exercice de leur métier. »

### RENFORCER LA POLYVALENCE DES OPÉRATEURS

Chez Résidences Trigano, la formation des nouveaux opérateurs de montage est individualisée. Pour la trentaine de collaborateurs recrutés début septembre, un formateur est dédié à 100 % à l'accueil, à l'accompagnement et à la formation au poste de travail, aidé par les teams leaders chargés de faire le relais entre le chef d'équipe et les opérateurs. « Notre objectif est de développer la polyvalence de nos collaborateurs, souligne Fabrice Beslin, directeur général de Résidences Trigano. Lorsqu'une personne est formée sur un poste, elle peut, si elle le souhaite, acquérir des compétences sur un second poste de travail, puis sur un troisième et un quatrième. Un objectif de polyvalence sur quatre postes qui s'accompagne d'une revalorisation de salaire pour ceux qui relèvent le défi. » Une approche qui permet de renforcer la flexibilité et d'adapter la chaîne de production en fonction des types de mobil-homes en fabrication. ●



# Mobil-homes, les règles à connaître

Ni véhicule, ni habitation, la résidence mobile de loisirs ou mobil-home répond à des règles particulières. Les connaître permet d'en profiter, en toute sérénité.



## • QU'EST-CE QU'UN MOBIL-HOME ?

C'est le Code de l'urbanisme (art. R.111-42 à 46) qui régit son statut. Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2007, il définit les résidences mobiles de loisirs comme des « *véhicules terrestres habitables qui sont destinés à une occupation temporaire ou saisonnière à usage de loisirs, qui conservent des moyens de mobilité leur permettant d'être déplacés par traction mais que le Code de la route interdit de faire circuler* ».

Le mobil-home n'est donc pas

assimilé à la caravane, qui peut circuler selon les règles du Code de la route, ni à l'habitation légère de loisirs (HLL) soumise à une législation plus contraignante du fait de sa non-mobilité.

C'est la norme NFS 56-410 qui définit le caractère mobile d'une résidence :

- elle doit pouvoir être déplacée par simple traction, pouvoir rouler en ligne droite à 5 km/h sur une distance minimale de 100 m ;
- elle doit également pouvoir prendre

- un virage d'un rayon de 10 m à 2 km/h ;
- sa surface ne doit pas excéder 40 m<sup>2</sup> : au-delà, c'est une habitation légère de loisirs ;
- elle doit être livrée complète et prête à l'usage ;
- la preuve de la conformité à cette norme incombe aux constructeurs, installateurs ou importateurs.

## • OÙ INSTALLER UN MOBIL-HOME ?

Il n'est pas possible – sauf dérogation – d'installer un mobil-home dans

un jardin ou sur un terrain privé. Il faut donc trouver une parcelle dédiée à son accueil. La loi laisse trois possibilités (art R. 111-42 du Code de l'urbanisme) :

- les Parcs résidentiels de loisirs (PRL), qui proposent souvent une location longue durée et qui peuvent vendre des parcelles ;
- les campings ;
- les villages de vacances classés en hébergement léger.

Le mobil-home n'est donc pas assujéti au permis de construire ni à la taxe d'habitation car il n'est pas considéré comme une résidence secondaire mais saisonnière, et est soumis à la taxe de séjour comme n'importe quel hébergement touristique.

#### À savoir

Implanter un mobil-home sur un terrain privé nécessite un permis de construire et une autorisation de la mairie, ou une autorisation préfectorale dans le cas d'un sinistre. Le mobil-home devient alors assujéti à la taxe d'habitation puisqu'il perd son caractère de résidence saisonnière. Cette autorisation est limitée dans le temps.

#### • COMMENT INSTALLER UN MOBIL-HOME ?

Son installation est soumise à des règles précises :

- rester « mobile », donc garder ses roues sous peine de ne plus être considéré comme une résidence mobile ;
- être « stabilisé » au moyen de cales et de vérins sur le sol sans être entravé dans sa mobilité. Il ne peut donc pas être fixé comme un chalet ni retenu par une terrasse en béton ou une véranda ou tout autre aménagement dans les sols. Ses roues peuvent être surélevées ;
- être déplaçable à tout instant par l'un de ses côtés. Tout aménagement qui empêcherait son transport est donc prohibé. ●

#### À savoir

Les raccordements (eau, électricité, téléphonie) ne sont pas considérés comme retenant la mobilité de la résidence s'ils sont facilement démontables. Une terrasse, un auvent, des escaliers sont tolérés s'ils sont amovibles et peuvent être ôtés.

## Camping ou parc résidentiel de loisirs (PRL) ?

### • Un esprit différent

Contrairement aux campings, les PRL sont essentiellement destinés à proposer des habitations légères de loisirs (HLL) ou des mobil-homes. Les mobil-homes de propriétaires privés ne peuvent y trouver place que si ces parcs sont exploités sous régime hôtelier.

### • La taille de la parcelle

Dans un PRL, elle doit être de 200 m<sup>2</sup> minimum. Dans un terrain de camping, la surface moyenne est moindre et varie en fonction du classement du terrain : de 70 à 100 m<sup>2</sup> mais peut aller jusqu'à 250 m<sup>2</sup>. De plus, selon le coefficient d'occupation des sols, la superficie au sol du mobil-home, auvents et terrasses amovibles exclus, ne doit pas excéder 30 % de la superficie de l'emplacement dans un camping et 20 % dans un PRL.

### • L'accession à la propriété

Au sein des PRL, les propriétaires de mobil-home peuvent devenir propriétaires de la parcelle où le mobile-home est installé. Cet achat va donner lieu à un acte notarié. Les propriétaires de mobil-home, en PRL, ne sont pas redevables d'un loyer de parcelle, mais de petites charges mensuelles.

### • La durée d'ouverture

Alors que les campings sont en moyenne ouverts de six à neuf mois par an, les PRL sont souvent ouverts toute l'année, car en PRL la majorité des propriétaires de mobil-home est également propriétaire de la parcelle.

## Fin de vie des mobil-homes : un engagement de la filière

Depuis 2011, la fin de vie des mobil-homes est prise en charge par un organisme, Éco Mobil-Home, grâce au financement par la filière via une éco-participation. Tout propriétaire d'un mobil-home situé dans un cadre légal (campings, PRL ou villages de vacances) a droit à cette prise en charge. Sur terrain privé, la prise en charge ne sera pas gratuite, excepté pour un mobil-home utilisé par son propriétaire sur son terrain, durant la construction de sa résidence principale. Éco Mobil-Home intervient soit sur place par un démontage manuel soit transporte le mobil-home dans un centre de recyclage/tri où le mobil-home sera démonté. Dans ces deux cas ce sont des entreprises spécialisées qui s'en chargent.



# Europe : des immatriculations en forte hausse

**Durant l'ensemble de la saison 2020-2021\*, le marché européen du véhicule de loisirs (VDL) aura progressé de 25 %, sous l'impulsion du camping-car et du van dont les ventes à elles seules ont augmenté d'un tiers. Un niveau encore jamais atteint dans les immatriculations est désormais attendu pour l'année 2021.**

**E**ntamée sur les chapeaux de roues dès septembre dernier, la saison 2020-2021 s'inscrit dans un contexte particulier lié à la pandémie mondiale mais également d'un regain d'activité autour du véhicule de loisirs et de sa pratique. Vanté, à juste titre, comme l'un des meilleurs moyens de continuer de voyager en toute sécurité en respectant la distanciation sociale, le camping-car profite aussi de « l'effet van life » qui associe liberté et autonomie dans lesquelles se retrouve aujourd'hui une partie de la jeunesse. Si la France profite à plein de cette tendance avec une progression de 28,4 % de ses immatriculations de camping-cars entre septembre 2020 et fin août 2021, elle ne fait pas pour autant cavalier seul en Europe. En Allemagne, le phénomène « van » fonctionne également à plein depuis plusieurs années, sans faire d'ombre à un marché du camping-car traditionnel qui bat record

sur record au fil des mois. Ainsi, de septembre 2020 à fin juillet 2021, il s'est vendu plus de 77 300 camping-cars soit un bond de 31 %. Les experts allemands estiment d'ailleurs que le marché national pourrait dépasser les 120 000 unités, camping-cars et caravanes réunies, d'ici la fin de l'année. L'effet rattrapage après crise sanitaire n'explique pas complètement cette hausse importante car en dépit du confinement et de la fermeture des usines, la saison 2019-2020 a été excellente, se clôturant par une hausse de 24 % des ventes comparée à l'exercice 2018-2019.

## DÉJÀ PLUS DE 169 000 IMMATICULATIONS DE CAMPING-CARS

Les statistiques sont éloquentes avec un cumul d'immatriculations de camping-cars qui dépasse les 169 000 véhicules en Europe (+ 33 %) pour le camping-car (inclus vans et fourgons).

Le phénomène touche les 15 pays les plus représentatifs du secteur avec des hausses générales, rarement inférieures à 20 %. Il faut voir dans cette évolution positive du marché des véhicules de loisirs la volonté, en France comme ailleurs, de pouvoir se déplacer à la dernière minute, sans réservation particulière, en fonction de la météo du moment et en totale autonomie. Des attentes que seul le véhicule de loisir autorise, dans un « nouveau monde », où, de surcroît, il y a de plus en plus de travailleurs indépendants, de travail à distance et de fractionnement des congés. Ce ne sont donc plus les seuls seniors, avec un temps libre conséquent, qui fournissent le gros des bataillons des acquéreurs d'un camping-car ou d'un van mais des urbains en mal de nature et d'évasion. Qu'ils soient Suédois (+ 34 %), Suisses (+ 32 %) ou Belges (+ 50 %), tous les européens emboîtent le pas aux « poids lourds » du secteur que sont la France (+ 28,4 %) et l'Allemagne (+ 31 %) dans cette hausse du marché du camping-car.

## Le parc européen bientôt à 2,5 millions de camping-cars

Alors que la barre des deux millions de camping-cars en circulation dans toute l'Europe avait été franchie pour la première fois, il y a seulement trois saisons, on compte désormais au 11 juin 2021 un total de 2 427 942 camping-cars sur les routes d'Europe. Ajoutés aux 3 470 250 caravanes, le parc roulant de véhicules de loisirs est ainsi estimé à 5 898 192 unités. La France et l'Allemagne réunies comptent à elles seules près de 2,5 millions de VDL et la moitié du total des camping-cars immatriculés dans toute l'Europe.

## LA CARAVANE MAINTIENT SES POSITIONS

Avec plus de 70 000 immatriculations durant la saison 2020-2021, le marché de la caravane neuve progresse de 10 %. Si ces chiffres sont moindres que pour le camping-car, cela témoigne toutefois de l'intérêt que lui portent encore beaucoup d'euro-péens, principalement ceux des pays

## IMMATRICULATIONS SAISON 2020-2021 DE SEPTEMBRE À FIN JUILLET 2021

	CAMPING-CARS		CARAVANES		ENSEMBLE DES VDL	
	Nombre	Évolution en %	Nombre	Évolution en %	Nombre	Évolution en %
Allemagne	77 343	+ 31	24 020	- 3	101 363	+ 21
France	28 320	+ 31,5	7 334	+ 14,9	35 654	+ 27,7
Belgique	6 465	+ 49,2	1 226	+ 21,6	7 691	+ 44
Grande-Bretagne	14 434	+ 46,1	16 252	+ 20,5	30 686	+ 31,3
Suisse	6 966	+ 31,9	1 470	+ 4,1	8 436	+ 26
Espagne	6 237	+ 25,8	1 783	+ 13,8	8 020	+ 22,9
Italie	6 897	+ 18,6	501	+ 2,7	7 398	+ 17,4
Suède	4 674	+ 34	3 723	+ 17,7	8 397	+ 26,3
Autriche	4 176	+ 130	1 046	+ 16,2	5 222	+ 92,4
Norvège	2 888	- 7,5	2 480	+ 7,5	5 368	- 1,1
Pays-Bas	2 826	+ 33,6	7 797	+ 22,9	10 623	+ 25,6
Danemark	1 682	+ 78,7	2 837	+ 10,9	4 519	+ 29,2

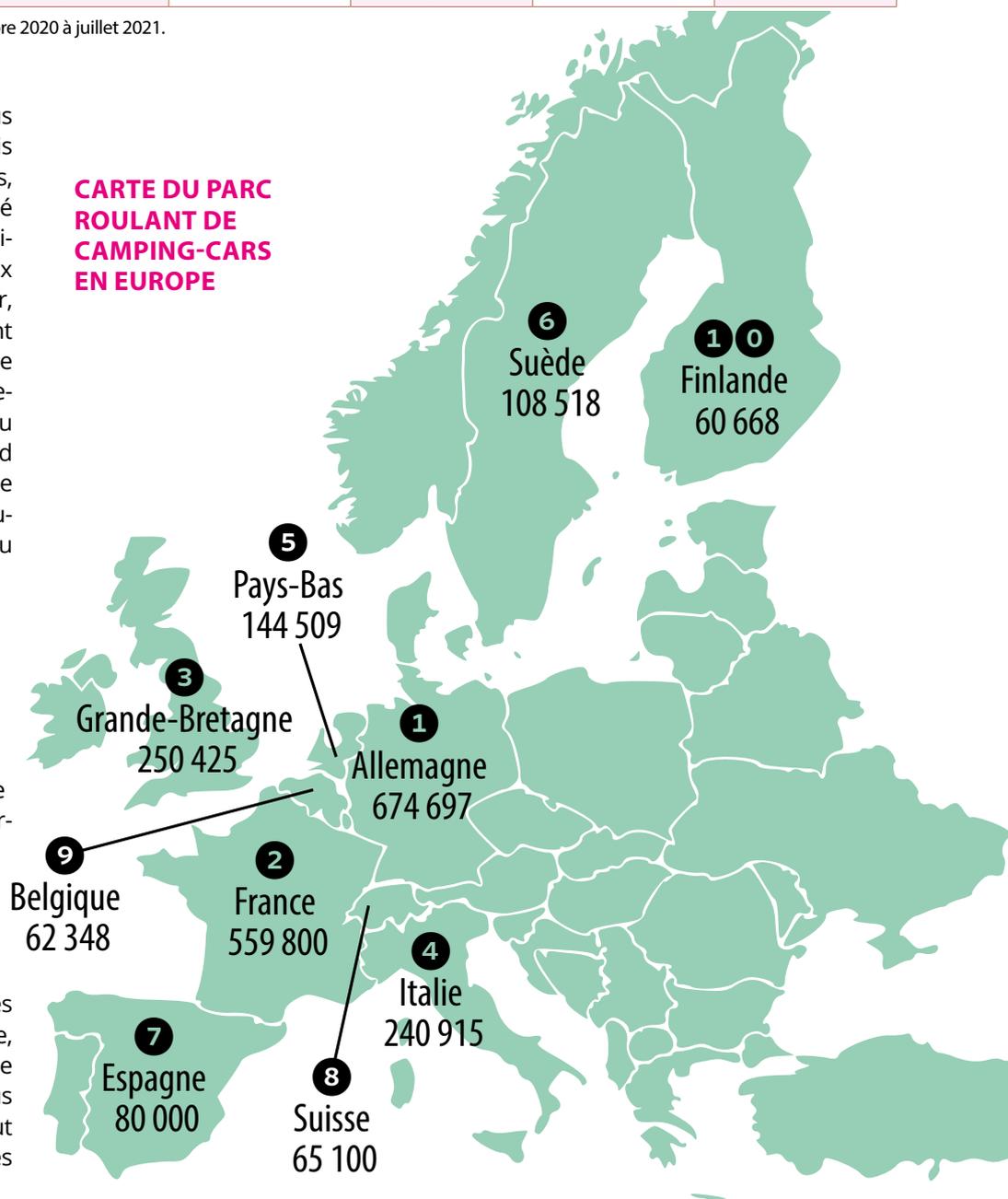
\*Source des chiffres : ECF immats du 1<sup>er</sup> septembre 2020 à juillet 2021.

du Nord, Allemagne en tête (plus de 24 000 immatriculations), mais aussi en Scandinavie où Suédois, Danois ou Norvégiens ont acheté davantage de caravanes que la saison précédente. Des hausses à deux chiffres sont néanmoins à rappeler, en France (+ 14,9 %), mais également en Belgique (+ 21,6 %), en Autriche (+ 16,2 %). Même la Grande-Bretagne qui subit pourtant les effets du Brexit repart à la hausse au second semestre (+ 20,5 %), tout comme l'Espagne (+ 13,8 %) qui semble toutefois préférer le camping-car au caravanning.

### MEILLEURE PERFORMANCE EN EUROPE

Avec un marché global de près de 250 000 véhicules immatriculés durant la saison, soit une hausse de 25 %, le marché des véhicules de loisirs enregistre sa meilleure performance de tous les temps en Europe, prouvant par les chiffres l'engouement vanté désormais régulièrement par tous les médias. Si le van et le camping-car en profite pour l'essentiel, ce sont tous les véhicules de loisirs qui ont le vent en poupe, dans un contexte où la recherche d'un environnement préservé au plus près de la nature apparaît partout comme une priorité à l'heure des congés et du temps libre.

### CARTE DU PARC ROULANT DE CAMPING-CARS EN EUROPE



## MARCHÉ

### Plus de 100 000 camping-cars immatriculés

C'est un seuil hautement symbolique qui vient d'être franchi pour la première fois en France avec l'immatriculation de plus de 100 000 camping-cars neufs ou d'occasion durant les douze derniers mois (valeur au 1<sup>er</sup> août 2021). En effet, avec 30 194 camping-cars neufs vendus entre le 1<sup>er</sup> juillet 2020 et le 30 juin 2021 et 70 330 transactions enregistrées pour le marché du camping-car d'occasion, le marché global a atteint son plus haut historique à 100 524 immatriculations. La hausse sur le marché de la seconde main s'établit à 20 % contre 32 % pour les camping-cars neufs et même 56 % si l'on ne regarde que les ventes de vans neufs.

## TENDANCES

### Le camping-car, phénomène médiatique de l'été ?

Impossible de comptabiliser l'intégralité des émissions et sujets traitant du van et du camping-car durant l'été, tant ils ont été nombreux. Pas un quotidien, pas une chaîne TV qui n'ait consacré un article ou un reportage sur le véhicule de loisirs, présenté comme le phénomène du moment, une véritable bulle sanitaire pour profiter de ses vacances à l'abri du risque d'infection par la Covid-19. Avec forcément son lot d'approximations ne donnant pas toujours une vision juste de la pratique du camping-car. Les professionnels du secteur apprécient cette promotion et cette communication sur le camping-car. Ils soulignent d'ailleurs les efforts consentis depuis plusieurs années pour offrir aux usagers un maillage important du territoire en aires de services et points d'accueil pour les camping-cars.

## LANCEMENTS

### Trigano lance Panama

Le groupe Trigano souhaite encore accentuer sa présence sur le marché du van. Après avoir lancé la marque Randger, il va divulguer à l'occasion des grands salons d'automne, à Paris comme à Düsseldorf, Panama, une toute nouvelle marque spécialisée sur le segment du van compact à toit levable. Les vans Panama reposent sur un porteur Ford et se déclinent en cinq versions. Ils sont fabriqués en Espagne, chez Benimar, dans la nouvelle usine Trigano Mediterraneo VDL. Ces véhicules très compacts et polyvalents seront commercialisés dans les réseaux spécialisés du numéro 1 du VDL à l'heure où Ford a commencé à vendre dans son propre réseau automobile ses versions aménagées du Ford Nugget.

### Jao Camp, la nouvelle marque de Pilote

Le groupe Pilote vient de lancer une nouvelle marque, spécialisée dans les camping-cars économiques, Jao Camp. Doté d'équipements en série, Jao Camp vise à séduire un public jeune, primo-accédant, ayant un budget serré. Jao Camp reprend ainsi en main l'entrée de gamme du camping-car qui représente 30 % des immatriculations. Le catalogue compte déjà six modèles dont deux fourgons.

## CAMPINGS

### Les Français d'abord !

Avec une hausse des réservations dans les campings de 13 % à fin juillet, la saison a été excellente pour les professionnels de l'Hôtellerie de plein air. Certes la clientèle étrangère a fait défaut (absence des Anglais, baisse de fréquentation des Hollandais et des Allemands) mais la clientèle française (près de 80 % des réservations à fin juillet) a été au rendez-vous de la saison estivale, avec de forts niveaux de réservation dans l'Hérault, les Landes, le Var et la Vendée. Un attrait pour les campings français qui n'a pas été entaché par des contraintes sanitaires excessives puisque le Pass sanitaire n'a été finalement contrôlé qu'à l'arrivée sur les lieux et non pas comme demandé au départ par le gouvernement à chaque passage à la piscine ou au bar.

## SALON DU BOURGET

### Le plein de services

Du 25 septembre au 3 octobre, le salon des véhicules de loisirs a ouvert ses portes après une année d'absence. La plus grande vitrine nationale pour le van, le camping-car, la caravane, la résidence mobile, les équipementiers et accessoiristes, attend des dizaines de milliers de visiteurs, tous nécessairement porteurs d'un Pass sanitaire. Pour cette édition 2021, les organisateurs ont proposé une visite géolocalisée, grâce à une toute nouvelle application. Le salon des VDL a proposé également son centre d'essais pour découvrir le plaisir de conduire un van ou un camping-car.

## SALON DE DÜSSERLDORF

### 185 000 visiteurs présents !

Du 27 août au 5 septembre s'est tenu le *Caravan Salon* à Düsseldorf où 185 000 visiteurs ont pu admirer les nouvelles collections de caravanes, camping-cars et autres véhicules de loisirs. Cet engouement pour le salon témoigne de l'intérêt porté aux véhicules de loisirs par le grand public, intérêt confirmé par les ventes en forte hausse de camping-cars et fourgons. Les marques françaises, très présentes, s'affirment sur le marché allemand et renforcent leurs positions stratégiques. Le salon, dont les billets ont été sold-out certains jours, a même dû refuser du monde pour respecter la jauge.

# DÉCOUVREZ NOS PARCOURS PLURISENSORIELS DE BIEN-ÊTRE.



## 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](http://WWW.FIATCAMPER.COM)



**PROFESSIONAL**

APPRÉCIÉ 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

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](http://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 CO<sub>2</sub> - 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.**