

VDU MAG

LE MAGAZINE DES
VÉHICULES DE LOISIRS

**ACCUEIL
LA CORNOUAILLE
FAIT PLACE AUX
CAMPING-CARS**

p. 8



*Qui sont les
camping-caristes
et les vanlifers
en 2021 ?*

p. 3

**MINI-CARAVANES
UNE GAMME EN
PLEIN ESSOR**

p. 14



**MOBIL-HOMES
LES CARNETS DE
COMMANDE SONT
PLEINS !**

p. 17



Le billet

TRENTE ANS DÉJÀ... ET UNE NOUVELLE JEUNESSE !

Vous tenez entre les mains la nouvelle formule de VDL magazine. Le titre, plus aéré, avec davantage de graphiques, des textes plus courts, une iconographie renforcée, cette nouvelle formule répond à l'étude de lectorat que nous avons réalisée nous apprenant que vous, lecteurs, plébiscitez la qualité du contenu mais sous une forme plus attractive, rythmée, bref plus moderne et au goût du jour. Nous espérons avoir répondu à vos besoins. Sachez aussi que VDL magazine fera aussi l'objet d'une adaptation en ligne et sera enrichie par de nouvelles informations.

Que d'événements se sont déroulés depuis trente ans ! Au gré des évolutions des loisirs de plein air, les véhicules de loisirs ont suivi les enjeux d'un tourisme plus responsable, soucieux de son environnement, s'adaptant sans cesse aux situations sociétales. Le compte-rendu de l'étude Ipsos pour UNI VDL sur le profil et les attentes des camping-caristes en 2021, publié dans cette édition, donne le ton : des amateurs de loisirs de plein air plus nombreux, développement du van... Avec l'essor de la location, le véhicule de loisirs se veut également collaboratif.

Bonne lecture et excellente année 2022 ! ■

Le comité de rédaction

03

ENQUÊTE
QUI SONT LES
CAMPING-CARISTES
ET LES VANLIFERS
EN 2021 ?



08

ACCUEIL
LA CORNOUAILLE
FAIT PLACE AUX
CAMPING-CARS



11

FOCUS
COLLABORATIF :
LA LOCATION
GAGNE SUR TOUS
LES FRONTS



16

INITIATIVE
LE CAMPING-CAR,
UNE SOLUTION
À DES DÉSERTS
MÉDICAUX



17

CHIFFRES-ÉCO
MOBIL-HOMES :
LES CARNETS DE
COMMANDE SONT
PLEINS !



14

TENDANCE
MINI-CARAVANES :
UNE GAMME EN
PLEIN ESSOR



18

LES ACTUS



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 : F. Bauduin/Recyk'ligo – Sportnatura, Tiny Camp, Pilote, Louisiane, Rapido, Bürstner, Notin, La Strada, Adria, WikiCampers, C. Dartigues, E. Clement, Yescapa, Trigano, La Mancelle, Hundremiles, O'Hara, Westfalia, Dangel, Hymer, DR, Bénêteau, Groupe Lachal, CDT Meuse/S. Latourte.

N° ISSN : 1164-9062

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

QUI SONT LES CAMPING-CARISTES ET LES VANLIFERS EN 2021 ?



Au global, les usagers possèdent à **77 % un camping-car** et à **23 % un van ou fourgon.**

Qui sont les utilisateurs de vans, fourgons ou camping-cars ? C'est à cette question que le rapport d'Ipsos pour UNI VDL « Camping-caristes : profil et comportements en 2021 » s'attache à répondre avec une grande précision.

Dresser un portrait précis des possesseurs de van/fourgon et des camping-caristes, tel est l'objectif d'une vaste étude Ipsos/UNI VDL publiée fin 2021. Des travaux qui permettent de mieux cerner le profil actuel des usagers et de confirmer les effets positifs de ce tourisme sur l'économie des territoires. Ce type de véhicules séduit et intéresse une cible de plus en plus hétérogène. Aux profils seniors, les plus « classiques » sur le marché, viennent se greffer des primo-accédants qui perçoivent le camping-car, le van ou le fourgon comme un mode de vie, une alternative « tendance » aux vacances traditionnelles. Ils peuvent satisfaire leurs envies de voyager sans

contrainte et sans réservation à des prix souvent plus favorables que les locations saisonnières. On peut aujourd'hui parler de véritable engouement pour ces véhicules.

25 % DE FOURGONS ET VANS

Premier constat de cette étude, avec l'arrivée de la pandémie Covid-19, plus d'un tiers des possesseurs de véhicules de loisirs ont effectué leur achat en 2020, phénomène plutôt observé pour les vans/fourgons aménagés, qu'ils soient achetés neufs ou d'occasion. Au global, les usagers possèdent à 77 % un camping-car et à 23 % un van ou fourgon. Environ 40 % des vans/fourgons neufs sont un premier achat. La moitié des posses-

seurs d'un camping-car neuf sont camping-caristes depuis plus de 10 ans, contre seulement un sur trois pour les propriétaires de vans ou fourgons neufs. Les utilisateurs de van/fourgon neuf viennent plutôt de l'Île-de-France et du Sud-Ouest, les camping-caristes étant davantage originaires du Nord-Est. Plus globalement les possesseurs de vans/fourgons et de camping-cars sont dans le Nord-Ouest de la France. Les possesseurs de camping-cars neufs sont plus âgés et les deux-tiers sont des retraités. Au global, les possesseurs de van ou de fourgon sont davantage des actifs, CSP+, des cadres supérieurs ou des enseignants et affichent un revenu mensuel du foyer de + 2 500 €.



86 %

des détenteurs de véhicules se déplacent en France à l'occasion de courts séjours.

DES DÉPENSES QUOTIDIENNES NON NÉGLIGEABLES

Les dépenses journalières hors carburant des camping-caristes s'établissent entre **39,30 €** et **37,60 €** selon que le véhicule est neuf ou d'occasion. Environ **un utilisateur sur cinq** affiche un budget supérieur à **50 euros**.

DES DISTANCES CONSÉQUENTES DANS L'ANNÉE

8 869, c'est le nombre de kilomètres que parcourt chaque année un camping-car ou van/fourgon. Les utilisateurs de vans/fourgons neufs affichent **9 310 km** par an (10 316 km ceux d'occasion) au compteur tandis que les possesseurs de camping-cars traditionnels roulent **8 629 km** en moyenne (8 321 km pour les camping-cars d'occasion).

Budget moyen dépensé par jour pour des possesseurs de véhicules de loisirs

en moyenne **38,5 €**

Camping-cars, vans/fourgons



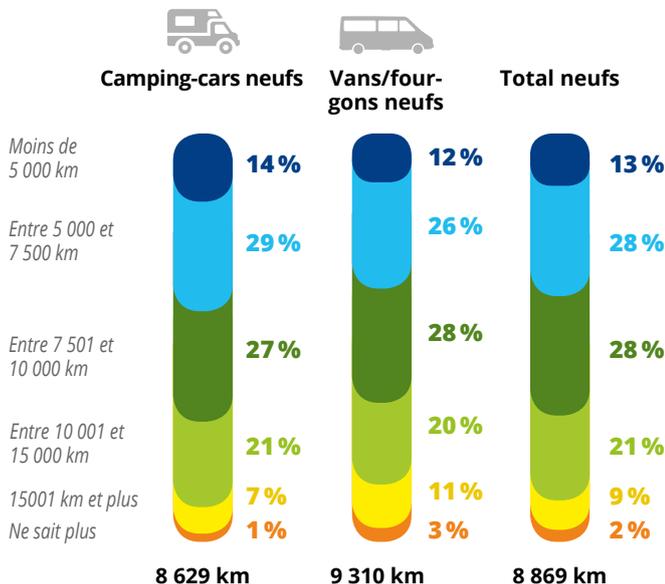
LES PETITS COMMERCES PRIVILÉGIÉS

Plus de **9 propriétaires de véhicules neufs sur 10** fréquentent régulièrement ou occasionnellement les commerces de bouche, les supérettes et les cafés / restaurants. Ces chiffres sont sensiblement identiques pour les véhicules d'occasion.

Ces chiffres sont sensiblement identiques pour les camping-cars, les vans ou les fourgons.

	VÉHICULES DE LOISIRS	
	Régulièrement	Occasionnellement ou rarement
Commerces de bouche	88 %	11 %
Supérettes	65 %	33 %
Cafés / Restaurants (cuisine traditionnelle)	46 %	50 %
Boutiques de souvenirs	15 %	74 %
Maisons de Presse	18 %	69 %
Vente à emporter	14 %	64 %
Restaurants gastronomiques	16 %	66 %

Distance moyenne parcourue par an pour les véhicules neufs



97 %

des propriétaires de camping-cars neufs voyagent toujours ou souvent en couple.

DES USAGES DIFFÉRENTS ?

Les vanlifers (van ou fourgon) possesseurs d'un véhicule neuf ou d'occasion parcourent une plus grande distance que les camping-caristes, pendant que les camping-caristes ayant un véhicule neuf utilisent plus souvent leur véhicule dans l'année (environ 11 semaines contre 10 semaines pour ceux ayant un van ou un fourgon). Les deux catégories ont un budget journalier, hors carburant, sensiblement égal : 38 € par jour en moyenne. Les possesseurs de camping-cars voyagent souvent avec leurs petits-enfants, leur entourage ou leur animal de compagnie quand ceux ayant un van/fourgon prennent plus souvent la route seuls. Les véhicules de loisirs sont utilisés pour de multiples rai-

sons notamment pour visiter les sites touristiques, assister à des événements culturels, découvrir la gastronomie ou rendre visite à l'entourage. Cependant les possesseurs de van/fourgon utilisent plus leur véhicule pour la pratique d'un sport (randonnée/VTT), quand les camping-caristes découvriront davantage la gastronomie locale.

DES SÉJOURS DE 48 H EN MOYENNE

Les utilisateurs de van/fourgon voyagent davantage que les camping-caristes partout en France et en toute saison pour les courts séjours. Pour les longs séjours, les possesseurs de camping-cars neufs partent davantage à l'étranger ou à la mer. Les propriétaires d'un van/fourgon d'occasion vi-

sitent davantage de pays à l'étranger tandis que les camping-caristes privilégient le littoral français. La durée de séjour la plus courante est de 48 heures, à l'exception des séjours dans les grandes villes. Les camping-caristes (véhicules neufs) préfèrent les séjours plus longs (72 h) sur le littoral, à la montagne ou à la campagne alors ceux ayant un van/fourgon neuf privilégient les courts séjours (24 h).

Les commerces de bouche, les supérettes et les cafés/restaurants sont les lieux les plus fréquentés lors des haltes dans une commune. Néanmoins les camping-caristes ont une tendance à franchir davantage le seuil des boutiques de souvenirs ou des restaurants gastronomiques.



Les possesseurs de van ou fourgon utilisent plus leur véhicule pour la pratique d'un sport.

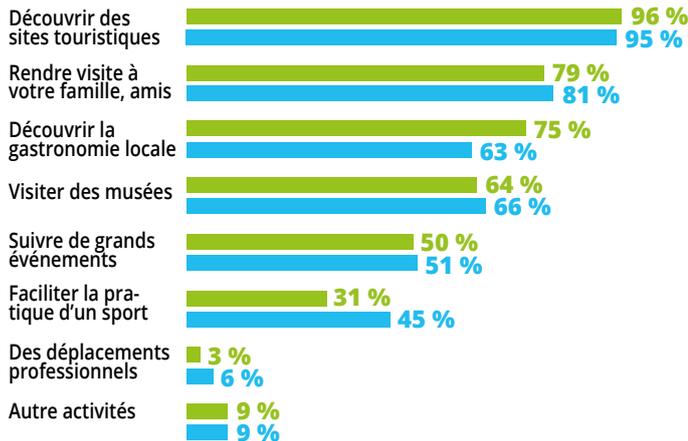
Ils voyagent en toute saison pour de courts séjours.

Tous les chiffres de cet article proviennent de l'étude réalisée par Ipsos du 22 juin au 23 août 2021 auprès de 2 350 acheteurs de camping-cars et de vans/fourgons achetés neuf ou d'occasion.

TOURISME ET CONVIVIALITÉ AU PROGRAMME

Les possesseurs de véhicules de loisirs neufs utilisent principalement leur véhicule pour découvrir les sites touristiques ou rendre visite à leur entourage. Les utilisateurs de vans/fourgons utilisent leur véhicule pour la pratique d'un sport. Les camping-caristes, eux, s'adonnent plus à la découverte de la gastronomie locale. Ces chiffres sont identiques pour les véhicules d'occasion.

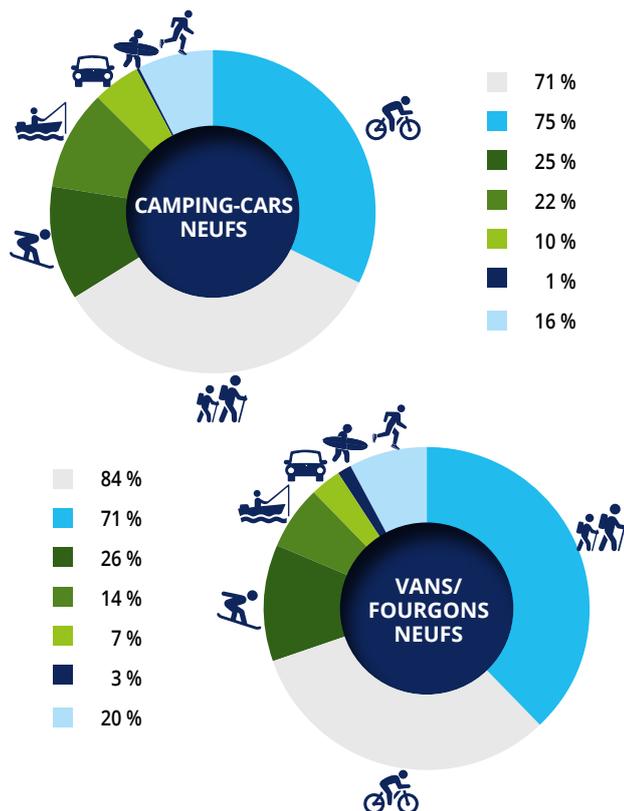
Utilisation du véhicule neuf (% de oui)



DES ADEPTES DE LA RANDONNÉE ET DE LA PETITE REINE

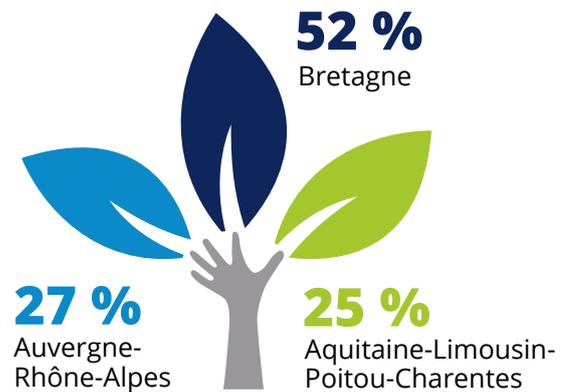
La randonnée et la pratique du vélo/MTT font partie des activités sportives préférées des détenteurs de véhicules neufs pratiquant un sport.

Utilisation du véhicule : la pratique d'un sport



Parmi les 51 % de détenteurs de véhicules neufs qui l'utilisent pour suivre les grands événements, 55 % assistent à des concerts, festivals ou grands spectacles et 53 % à des expositions universelles ou temporaires.

RÉGIONS PLÉBISCITÉES PAR LES PROPRIÉTAIRES DE VÉHICULES NEUFS



UNE UTILISATION FRÉQUENTE DES VÉHICULES

Pour un week-end ou des vacances, les camping-cars sont largement utilisés par leurs propriétaires. Le nombre de séjours courts est plus important pour les vans/fourgons (13,7 fois) que les camping-cars (12,6 fois). Ces chiffres sont identiques pour les véhicules d'occasion.

Fréquence de voyage en camping-car/van/fourgon pour les séjours courts (5 jours ou moins)

	Camping-car	Van/fourgon
3 fois par mois ou plus	8 %	8 %
2 fois par mois	13 %	17 %
1 fois par mois	16 %	14 %
2 à 3 fois par trimestre	25 %	25 %
1 fois par trimestre	16 %	17 %
1 fois par an	5 %	4 %
Moins souvent	5 %	3 %
Non réponse	12 %	12 %
Moyenne en semaine	12,6	13,7

Fréquence de voyage en camping-car/van/fourgon pour les séjours longs (à partir de 6 jours)

	Camping-car	Van/fourgon
3 fois par mois ou plus	6 %	3 %
2 fois par mois	3 %	2 %
1 fois par mois	6 %	5 %
2 à 3 fois par trimestre	21 %	14 %
1 fois par trimestre	28 %	31 %
1 fois par an	24 %	29 %
Moins souvent	2 %	2 %
Non réponse	10 %	14 %
Moyenne en semaine	7,9	6

PRINTEMPS DE LA CARAVANE

12|27
MARS



RENDEZ VOUS CHEZ VOTRE CONCESSIONNAIRE !

Portes ouvertes sur l'évasion



économiques, confortables et toujours prêtes, les caravanes de la collection 2022 ont de quoi

séduire. Avec des modèles innovants, de toutes les tailles et pour tous les usages, toutes les passions, la caravane fait sa révolution. La « Van Life » vous fait rêver ? Découvrez le nouveau « must » du voyage : la « Caravan Life » !

Si la France recèle des trésors touristiques enviés dans le monde entier, elle s'inscrit aussi en première ligne en matière d'hébergement en campings. Avec près de 8 000 établissements dont beaucoup s'avèrent parfaitement adaptés à la pratique d'un tourisme itinérant ou de courte durée, la formule du camping propose un accueil de qualité dans un cadre naturel propice aux activités de plein-air et à la préservation d'une véritable bulle sanitaire. En effet, comme à la maison, la distanciation sociale est

assurée sur sa parcelle de terrains, au grand air, bien mieux que dans les couloirs d'un hôtel ou d'un meublé.

La nouvelle mobilité pour ses loisirs

En proposant des caravanes compactes de nouvelle génération, aussi faciles à tracter que plaisantes à vivre et parfaitement autonomes, les constructeurs jouent la carte de la nouvelle mobilité et des loisirs réussis. De confortables couchages, une cuisine équipée et un espace toilette, les nouvelles caravanes ont tous les atouts pour séduire. De surcroît, elles arborent un look moderne, en rupture avec les vieux codes en matière de décoration et d'ambiance intérieure. Venez donc les découvrir du 12 au 27 mars dans le cadre du Printemps de la caravane et préparez un été de liberté retrouvée en goûtant à l'art de vivre et aux loisirs en version « Caravan Life ».



Printemps de la caravane :

du 12 au 27 mars 2022

LA LIBERTÉ > La vraie, celle qui vous permet d'aller où vous voulez, quand vous voulez et de profiter à fond de vos loisirs, en toute sérénité

LA SÉCURITÉ SANITAIRE > Vous voyagez en étant partout chez vous

L'ÉCONOMIE > prix d'achat très abordable et question dépenses, c'est comme à la maison...

Trouvez le concessionnaire le plus proche sur le site :
www.printempscaravane.com



LA CORNOUAILLE FAIT PLACE AUX CAMPING-CARS

Favoriser les mobilités douces, mieux gérer les stationnements de toute nature, tel est l'objectif du schéma d'accueil des camping-cars, vans et fourgons sur le territoire cornouaillais achevé fin octobre 2021.

Les camping-caristes et utilisateurs de van/fourgon ont fait de la Bretagne l'une de leur destination de prédilection. La Cornouaille, en particulier, est plébiscitée pour ses sites naturels et son aspect sauvage. D'où l'afflux de camping-cars et de vans/fourgons ce qui, en saison, ne manque pas de poser des problèmes sur les sites les plus fréquentés. Dès 2020, Quimper Cornouaille Développement a souhaité, en collaboration avec les intercommunalités de Cornouaille, élaborer un schéma d'accueil des véhicules

de loisirs sur le territoire. Elle a donc confié au groupement associant le cabinet Recykl'igo et l'Atelier d'architecture Nathalie Lespiaucq l'élaboration d'une stratégie à l'échelle de plusieurs territoires. L'objectif ? Mettre en place un traitement d'ensemble des flux, de la signalétique, des réglementations, des stationnements ou encore de la saisonnalité de l'accueil. « La Cornouaille est confrontée depuis de nombreuses années à des difficultés d'accueil des camping-cars et des vans (stationnement, services, circula-

tion), souligne Stéphane Allain, chargé de mission tourisme à Quimper Cornouaille Développement. La crise sanitaire liée au Covid-19 a aussi eu des répercussions particulièrement visibles lors de la saison 2020 (hausse de fréquentation de camping-cars, impacts paysagers, fragilité des sites sensibles), qui sont venus conforter les élus dans le bien-fondé d'une telle étude. De surcroît, la réalisation de ce schéma s'inscrit dans un cadre plus large de réflexion sur les mobilités touristiques et l'itinérance douce en Cornouaille. »

LES GRANDS OBJECTIFS DU SCHÉMA

- Gérer les flux d'accès au territoire et de déplacements en voiture personnelle
- Favoriser les déplacements doux
- Fluidifier la circulation vers les sites touristiques
- Mieux gérer le stationnement pour les sites fréquentés
- Réduire les impacts sur les sites sensibles (sites naturels notamment)
- Mieux accueillir les visiteurs

Chiffres-clés

- **330** sites de stationnement recensés
- **2 000** camping-cars simultanément en saison
- Entre **450** et **500 000** nuitées par an
- **100 000 €** / jour de dépenses en saison
- **7,5 millions d'€** de dépenses par an soit **1 %** de la dépense annuelle de l'ensemble des touristes sur la destination Quimper Cornouaille estimée à **764 millions d'€**

(source : enquête reflet 2016)

« Nous souhaitons séduire et fidéliser la clientèle de camping-caristes en la faisant entrer dans une organisation globale où elle trouve toute sa place. »

Roger Le Goff, président de la communauté de communes du Pays Fouesnantais

UNE LARGE CONCERTATION AVEC LES ACTEURS DE TERRAIN

La démarche a été conduite de manière itérative, chaque étape permettant de rectifier et peaufiner l'analyse en fonction des réactions des acteurs de terrain. « Durant toute la phase d'étude, nous avons souhaité associer les communes en conduisant une concertation très large, relève Roger Le Goff, maire de Fouesnant et président de la communauté de communes du Pays Fouesnantais. Cela a permis de prendre en compte les différents points de vue et, parfois, d'amender les propositions du cabinet d'études. » Une approche qui a débouché sur une structuration de l'offre dédiée aux camping-cars, vans et fourgons. « Au-delà du diagnostic de l'offre officielle et officielle existante de notre territoire,

cette étude a permis de définir une stratégie d'accueil à l'échelle cornouaillaise, souligne Stéphane Allain. Elle se décline notamment par une typologie d'aires de stationnement et/ou de services (accueil stratégique, cœur urbain, étape verte, camp glisse, camping, bande littorale, stationnement de jour) propres aux spécificités de notre territoire*.

» Cette classification et les préconisations du cabinet conduisent à diminuer le nombre de sites d'accueil par rapport à l'existant (212 contre 331 actuellement) tout en maintenant voire augmentant la capacité d'accueil de la Cornouaille (2 332 place de stationnement contre 2 280), en ayant pour objectif premier d'accueillir au mieux cette clientèle. Il est, par exemple, proposé d'augmenter ou de créer de nouvelles capacités d'accueil sur des zones rétro-littorales afin de délester des zones à fort afflux.

* Voir les schémas explicatifs sur www.univdl.com



« Souvent, un problème de stationnement de camping-cars n'est que l'indicateur d'un problème de stationnement global pour tous les types de véhicules. »

François Bauduin,
président de
Recykl'igo - Sport Natura

UN ACCOMPAGNEMENT DANS LA DURÉE

Dès 2022 plusieurs communes prévoient de s'engager à court et moyen termes dans des travaux d'aménagements d'aires pouvant accueillir dans les meilleures conditions la clientèle des camping-caristes et utilisateurs de van/fourgon. En 2021, huit projets ont fait l'objet de demande d'aides financières auprès de la Région et comptent également sur le soutien financier du Département pour les accompagner dans leurs investissements. Une mise en œuvre accompagnée par la mise à disposition des communes de documents précis. « Dans sa mission, le cabinet a travaillé sur la rédaction

d'un guide à l'attention des collectivités gestionnaires ou propriétaires de terrains pour les accompagner dans la création d'aires de camping-cars, relève Stéphane Allain. Après un rappel du schéma adopté, il repose les bases de la réglementation applicable à ces véhicules et certains points de vigilance à prendre en compte lors de la création d'aires spécifiques : coûts d'investissements, qualité et diversité des accès, insertion dans une dynamique touristique et économique, adaptation aux variations de flux, etc. » L'aspect « aménagement pur » est également développé : services proposés, statut, mode d'exploitation, tarification, gestion de déchets, insertion paysagère, aspects techniques, etc. Autant d'outils indis-

pensables pour la mise en place d'un meilleur accueil des véhicules de loisirs, qui sont source de développement touristique. Pour François Bauduin, président de Recycl'igo - Sport Natura, « L'avantage des camping-caristes est qu'ils peuvent se rendre là où l'on ne peut pas construire d'infrastructures d'accueil parce que cela ne serait pas rentable. Ils peuvent donc tracer les premières esquisses d'un développement touristique. De plus, leur présence révèle souvent un problème de gestion du stationnement en général. Au travers des camping-cars on peut donc traiter les problèmes touristiques ou urbains d'une manière très générale. » D'où l'importance de penser à leur accueil au sein d'un territoire.

“ LA RÉALISATION DE CE SCHÉMA S'INSCRIT DANS UN CADRE PLUS LARGE DE RÉFLEXION SUR LES MOBILITÉS TOURISTIQUES ET L'ITINÉRANCE DOUCE EN CORNOUAILLE. ”

Stéphane Allain, chargé de mission tourisme à Quimper Cornouaille Développement



AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VANS ET DES CAMPING-CARS

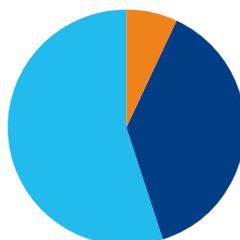
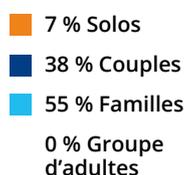
Roger Le Goff, maire de Fouesnant et président de la communauté de communes du Pays Fouesnantais

« Nous accueillons un nombre de camping-cars très important, y compris sur les ailes de saisons. Cependant, la cohabitation est parfois difficile avec les riverains ou les touristes. Nous avons donc souhaité mieux nous organiser afin que chacun trouve sa place et que nous puissions accueillir ces touristes itinérants dans de bonnes conditions. C'est d'autant plus intéressant que l'usage du van explose avec une clientèle qui consomme plus de prestations de loisirs, type voile ou randonnée, que les camping-caristes traditionnels. Sur le terrain, nous nous sommes donnés cinq ans pour mettre en place les choses progressivement. » ”

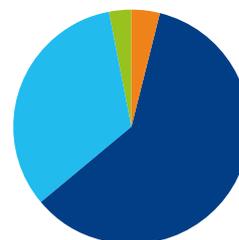
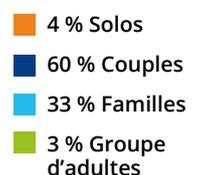
Retrouvez l'intégralité des témoignages de cet article sur www.univdl.com

RÉPARTITION DES LIEUX DE STATIONNEMENT SELON LA COMPOSITION DES ÉQUIPAGES

Camping



Parking





COLLABORATIF: LA LOCATION GAGNE SUR TOUS LES FRONTS

Surfant sur le succès du camping-car, du van et du fourgon, la location de véhicules de loisirs (VDL) entre particuliers connaît une forte expansion depuis plusieurs années. Un phénomène dopé par la crise sanitaire.

**LE SECTEUR
DES VDL VOIT
SON ATTRAIT
PROGRESSER
DU FAIT DE
L'ÉVOLUTION DES
MODES DE
VACANCES.**

En facilitant la mise en relation, Internet a donné un nouvel élan à la location de biens et même de services entre particuliers. L'idée de cette économie collaborative se base sur l'utilisation d'un objet plutôt que sa possession, débouchant sur de nouvelles pratiques de consommation. Le secteur du véhicule de loisirs n'y échappe pas et aujourd'hui de nombreuses

entreprises comme Yescapa, Wikicampers ou Hapee, proposent à des particuliers de louer leur véhicule à d'autres particuliers. Ces plateformes offrent des garanties qu'un particulier seul ne peut pas apporter : vrai contrat de location, encadrement commercial, assurance en cas de casse, site internet de qualité accessible aussi bien sur ordinateur que téléphone... Pour le

loueur et le locataire, ces services limitent le risque de litige. Pour les particuliers qui louent leur véhicule, cela permet d'amortir leur investissement et d'avoir ainsi un complément de revenu, que leur véhicule soit utilisé lorsqu'eux ne l'utilisent pas tout en restant libres puisqu'ils peuvent refuser une location. Cela permet en outre de rencontrer des personnes intéressées par les

véhicules de loisirs et parfois de partager leur passion.

SIMPLICITÉ ET SÉCURITÉ

Simplicité d'utilisation aussi bien pour le loueur que le locataire, sécurité, liberté, une communauté de confiance, la location a de quoi séduire. Et le succès est au rendez-vous, comme l'explique Benoît Panel, co-fondateur de Yescapa, pour plusieurs raisons, et tout d'abord le grand éventail de choix. « Nous proposons une très large gamme de véhicules, tous aménagés différemment et bien équipés. Là où les loueurs professionnels ne proposaient qu'une offre réduite de véhicules aménagés de façon limitée et impersonnelle. » La proximité est une autre raison de ce succès : « Là où les loueurs professionnels ne sont disponibles que dans les grands centres urbains, notre offre entre particuliers couvre la quasi-totalité du territoire. » Le prix, plus accessible, est également une des raisons du succès : « Les véhicules sur Yescapa ont en moyenne six ans d'âge, tandis que ceux des loueurs professionnels ont rarement plus de deux ans, d'où des prix moins chers, 25 % en moyenne. » Enfin, ajoute Be-

noît Panel, « 15 % des locations sont motivées par un projet d'achat de véhicule. Le futur acheteur pourra tester, en conditions réelles, le temps de quelques jours, un modèle précis ou un aménagement qui l'intéresserait

“ 15 %
des locations sont
motivées par un
projet d'achat de
véhicule.
Benoît Panel ”



avant de s'engager. » Un succès que ne dément pas non plus WikiCampers, entreprise basée au Pays-Basque, avec, en 2021, plus de 62 000 personnes ayant voyagé via

leur site. Quant à Hapee, créée en 2017 par le réseau des concessions CLC, elle se distingue par son positionnement auprès d'une clientèle plus réticente à internet. Elle propose – en plus de l'interface web – un service dédié aux clients, directement en concession.

NOUVEAUX MODES DE VACANCES

Le succès des véhicules de loisirs est encore plus fort depuis la crise sanitaire. Celle-ci a amené de nombreux foyers à remettre en question leurs modes de vacances habituels, à rechercher l'authenticité, la proximité et surtout la sécurité. Les camping-cars, vans et autres fourgons répondent parfaitement à cette tendance. « Depuis la crise sanitaire, de nombreux foyers ont envisagé d'avoir recours à la location d'un VDL pendant leurs vacances. Le nombre de primo-locataires a donc augmenté et cela devrait perdurer du fait de l'évolution des modes de vacances », détaille Benoît Panel. Tous à leur manière, ces « airbnb du secteur », comme certains les surnomment, ont révolutionné le secteur, offrant un mode plus collaboratif.



En 2021, plus de
62 000
personnes ont voyagé
via le site WikiCampers.

“ CLÉMENT DARTIGUES, PROPRIÉTAIRE SUR YESCAPA : UNE EXPÉRIENCE GAGNANTE

« J'ai acheté un van d'occasion en 2019. L'été, je ne l'utilise pas et j'ai pensé que cela serait pas mal de le mettre en location, c'est environ 110 € la journée en pleine saison. Je ne le regrette pas : c'est un public très respectueux, plutôt une clientèle jeune, de couples. »



EMMANUELLE CLEMENT, LOCATAIRE SUR YESCAPA : ESSAYER LE VAN QU'ON S'ACHÈTERA ”

« Je rêve depuis toujours d'acheter un van ou un véhicule de loisirs. C'est la liberté de voyager qui m'attire. J'ai trouvé Yescapa en cherchant sur Internet et je suis partie pendant trois week-ends, deux fois au printemps. Nous avons été conquis, nous désirons plus que jamais acquérir nous-même notre véhicule. »

> Retrouvez sur www.univdl.com l'interview complète de Benoît Panel, co-fondateur de Yescapa ainsi que les témoignages complets.

RECEVEZ GRATUITEMENT

VDL MAG

LE MAGAZINE DES
VÉHICULES DE LOISIRS

*Le magazine des
véhicules de loisirs
(camping-cars,
fourgons, vans,
caravanes, mobil-
homes), de l'accueil
et du tourisme*



Pour recevoir VDL Mag, en
version numérique ou en version papier :
contact@univdl.org

Retrouvez tous les numéros de VDL Mag
sur www.univdl.com/vdl-magazine/



MINI-CARAVANES : UNE GAMME EN PLEIN ESSOR

En version mini ou ultra-compactes, les petites caravanes séduisent un public de plus en plus large. Accessibles pour un budget modéré, ces modèles répondent à un besoin d'évasion sans contrainte.

Rigides, pliantes, surbaissées ou ultra-compactes, les mini-caravanes ont la cote. Elles affichent des atouts non négligeables. D'abord leur poids qui permet de les atteler à des voitures moins puissantes que par le passé et de les tracter facilement sur toutes les routes. Ensuite leur compacité permet de les garer dans un garage classique. S'ajoutent de nombreux autres avantages :

- la facilité d'entretien et l'absence de contrôle technique pour les caravanes dont le poids total autorisé en charge (PTAC) est inférieur ou égal à 3,5 tonnes,
 - pour les modèles de moins de 2 mètres de hauteur et de moins de 3,5 tonnes de PTAC, l'absence de majoration des tarifs autoroutiers,
 - une assurance souvent comprise dans celle du véhicule tractant...
- Bref, les arguments positifs sont nombreux pour ce type de véhicule.

DES MODÈLES TOUT CONFORT

Autant de caractéristiques qui ont su séduire une clientèle de campeurs soucieux de liberté et de facilité de déplacement. De la caravane ultra-compacte, aux lignes arrondies et séduisantes, proposant un couchage deux places très confortables et un coin cuisine équipé à l'arrière, aux modèles offrant tout le confort, sanitaires compris, il y en a pour tous les goûts et tous les budgets. Pour 20 à 25 000 euros, voire moins pour les modèles les plus compacts, il est désormais possible de programmer des escapades ou des vacances en toute facilité. « *Les petites caravanes peuvent être une porte d'entrée pour relancer le marché*, souligne Olivier Raynaud-Verrier, directeur général de Caravanes La Mancelle. *Elles attirent notamment des jeunes séduits par la liberté*

en véhicules de loisirs, mais qui ne souhaitent pas investir un budget conséquent dans un fourgon. » Il est vrai que la possibilité de tracter ces produits avec une citadine, sans surconsommation excessive, a de quoi séduire toutes les générations.

10 %

c'est ce que représenterait désormais le marché des petites et mini-caravanes, chiffre en constante progression.

Edward Hoek, directeur commercial caravanes chez Trigano VDL



> Retrouvez l'ensemble des témoignages et des interviews sur www.univdl.com

“

« Les caravanes surbaissées attirent un nouveau public, plus jeune et dynamique, en attente de pouvoir partir avec leur caravane quand bon leur semble pour des multiples séjours. Les utilisateurs de mini-caravanes cherchent à se différencier des caravaniers classiques avec une caravane de forme plus originale. »

Edward Hoek, directeur commercial caravanes chez Trigano VDL



« Il faut voir les mini-caravanes comme un premier pas vers les véhicules de loisirs. Cela correspond à un premier investissement pour des clients à petit budget, mais qui ne lâchent rien sur le design et l'esthétique. »

Laura Ballario, fondatrice de Hundredmiles

« Nous avons créé une caravane tout confort, avec un look sympa et une grande facilité d'utilisation. On installe nos modèles dans un camping ou chez des amis et il suffit d'ouvrir la porte pour en profiter. C'est vraiment une gamme en plein essor. Nos carnets de commande sont d'ailleurs pleins. »

Olivier Raynaud-Verrier, directeur général de Caravanes La Mancelle



« Petites, compactes et légères, ne nécessitant pas de permis particulier, les mini-caravanes permettent, avec un confort certain (lit douillet et cuisine équipée), de partir à l'aventure sans se compliquer la vie. Le « ni trop, ni pas assez » du véhicule de loisirs, à un coût abordable (à partir de 12 000 €). La cible des acheteurs est hétérogène même si pour My Tiny Camp, ils partagent tous un point commun : le désir d'un véhicule fabriqué comme une pièce unique, avec des matériaux réversibles ou recyclables, et qui ne fait aucune concession pour respecter un design authentique. »

Dominique Caumes, fondatrice et dirigeante de Tiny Camp

”



LE CAMPING-CAR, UNE SOLUTION À DES DÉSERTS MÉDICAUX

Depuis quelques années l'opticien Lachal quadrille avec son camping-car les villages isolés de Dordogne pour aller au plus près des habitants et les accompagner dans leurs soins d'optique. Son « Lachal mobile » est un succès.

Désert médicaux, services publics éloignés, campagnes et petites villes isolées... Ces problématiques sont largement évoquées depuis plusieurs années et les solutions pour y remédier peinent à se mettre en place. Si les véhicules de loisirs ne permettront jamais d'y pallier totalement, ils peuvent apporter une solution. C'est le cas du groupe François Lachal Opticien. L'année 2022 s'ouvre par l'acquisition d'un deuxième camping-car, qui sillonne la Dordogne. En 2017, cet opticien réputé du Sud-Ouest, à la tête d'un groupe de 35 magasins, achète un camping-car d'occasion, un Rapido de 2005, qu'il fait aménager par un concessionnaire. « L'intérieur a été réaménagé comme une boutique. On y trouve tout le nécessaire : une tête de réfraction complète ainsi qu'un auto-photo-réfractomètre portable, des montures... Nous proposons un bilan visuel, avec le tiers payant pour toutes les mutuelles, mais aussi le dépannage et l'entretien des lunettes, les lentilles de contact... »,

détaille Luc Lachal, co-directeur du Groupe. L'objectif ? « Aller au plus près des clients dans les petits villages excentrés, dans cette Dordogne vieillissante, où la population a du mal à se déplacer, principalement les routes du Nord du département, où le manque d'opticien est avéré. » Le matin, le camping-car stationne sur les marchés ; l'après-midi il va en visite au domicile des personnes qui ont pris rendez-vous. « Il m'arrive d'aller trouver des personnes malades, alitées et de leur permettre ainsi de changer de lunettes », explique Luc Lachal qui confie prendre un vrai plaisir à prendre la route à la rencontre de ses clients. Côté public, l'accueil est unanime.

LE GROUPE LACHAL, OPTICIEN DE PÈRE EN FILS

Dans la région, l'opticien est une institution. L'entreprise, aujourd'hui dirigée par François Lachal, le père de Luc Lachal a été créée par leur aïeul, dans les années 1950 et depuis, le magasin

familial n'a cessé de prospérer. « Il y a bien longtemps que nous avons l'idée de créer un "Lachal mobile" mais c'était compliqué sur le plan législatif, car considéré comme du démarchage à domicile. C'est désormais possible. » Le « Lachal mobile » se déplace aussi bien au domicile des clients que sur leur lieu de travail, mais également dans les établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) de la région. « Nous avons des rendez-vous en continu. Nous avons fait un test avec notre premier camping-car, et le bouche à oreille a suffi, sans aucun démarchage publicitaire », se félicite Luc Lachal. Preuve que la demande est loin d'être comblée. En outre, la crise sanitaire a accentué les problématiques de déplacement. « Les habitants sont bien contents d'avoir accès à ces soins d'optique, comme s'ils étaient en ville ! » Lecteur de carte vitale et tiers payant, grâce à internet mobile, tout est connecté comme dans un magasin. Quant au deuxième véhicule, identique au premier, il est déjà sur les routes... ■

MOBIL-HOMES : LES CARNETS DE COMMANDE SONT PLEINS !



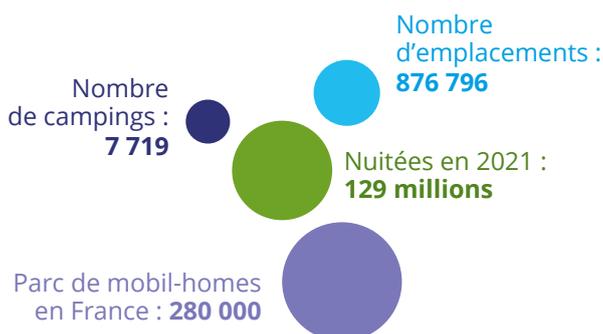
Après une saison touristique sauvée par la trêve sanitaire de l'été et la bonne fréquentation d'une clientèle française soucieuse de loisirs de plein air mais aussi de confort en toute sécurité, la demande en résidences mobiles bat tous les records.

« Si nous pouvions répondre à la demande des campings, nous vendrions probablement 23 ou 24 000 mobil-homes neufs lors de cette saison 2021-2022 tout à fait exceptionnelle », affirment de concert plusieurs constructeurs français de résidences mobiles, après avoir fait le décompte parfois amer entre les commandes souhaitées par les professionnels de l'hôtellerie de plein air et ce qu'ils vont pouvoir livrer d'ici la prochaine saison touristique. Comme pour l'automobile ou encore le camping-car, le secteur souffre de pénuries de matières premières, retardant les livraisons, tandis que, de leur côté, les transporteurs

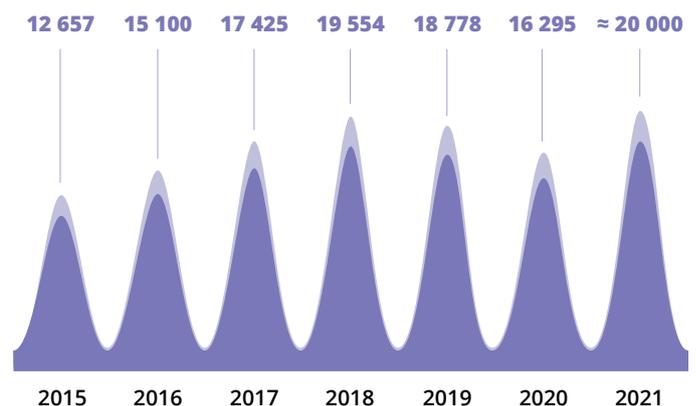
spécialisés affichent complets, surpris par des volumes déjà supérieurs aux saisons précédentes. Si la demande est aussi forte, c'est que les campings ont compris tout l'intérêt d'un renouvellement complet de leur parc. D'une part parce que la clientèle des terrains de campings progresse au rythme de la montée en gamme des établissements - plus de 1 400 campings appartiennent à la catégorie des 4 et 5 étoiles et trustent 37 % des emplacements disponibles en France. De plus, l'hébergement en mobil-home séduit un nombre croissant de Français : avides de confort et séduits par le design et les agencements des gammes

récentes, les clients sont de plus en plus nombreux et se recrutent dans toutes les couches de la société. Dans ces lieux de fêtes et de convivialité que sont devenus les campings, où l'offre de types d'hébergement n'a jamais été aussi large (de la toile à l'insolite), le mobil-home répond aux attentes des plus exigeants tout en permettant aux gérants de campings de louer plus longtemps dans l'année. Avec le retour probable de la clientèle étrangère dès l'été 2022, la demande en habitat permettant une « bulle sanitaire » ne sera que plus forte. Le marché pourrait alors bondir à l'assaut des 25 000 pièces pour 2022-2023. ■

ZOOM SUR LE MARCHÉ DU MOBIL-HOME EN FRANCE



ÉVOLUTION DU MARCHÉ LES VENTES DE MOBIL-HOMES



PLUS DE 100 000 VÉHICULES MALGRÉ LA CRISE DES SEMI-CONDUCTEURS POUR LE MARCHÉ DU CAMPING-CAR !

Le camping-car a le vent en poupe et les chiffres sont là pour le certifier. Ainsi, pour la première fois dans l'histoire du véhicule de loisirs en France, le cumul des immatriculations de camping-cars neufs et d'occasion franchit le seuil des 102 000 unités. Dans le détail, 30 809 camping-cars dont 16 436 vans/fourgons ont été immatriculés en 2021 tandis que dans un marché du véhicule d'occasion plus actif que jamais, on a relevé 71 218 ventes. De son côté, le marché de la caravane se maintient plutôt bien en 2021, en hausse de 5 %, à 7 446 caravanes neuves immatriculées.

LES CAMPINGS, GAGNANTS DE L'ÉTÉ 2021

Selon l'Insee*, les hébergements collectifs touristiques ont enregistré, entre mai et fin août 2021, 197 millions de nuitées en France. Le secteur du camping est celui qui a le mieux résisté. Comme à l'été 2020, la clientèle plébiscite les campings qui offrent des hébergements individuels et en plein air. Les nuitées y sont en baisse de 7 % par rapport à la même période en 2019, tandis que la fréquentation recule nettement plus dans les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT) et les hôtels (respectivement -17 % et -33 %). Les campings situés en zone littorale sont les moins impactés :



le nombre de nuitées totales y recule seulement de 5 %, une diminution plus contenue que dans les autres établissements. Cette baisse de fréquentation est par ailleurs uniquement liée à la clientèle étrangère absente pour cause de restriction de voyages, la fréquentation des Français progressant de 2 %.

* Insee Première, novembre 2021



BIO HABITAT, SUR LES CHAPEAUX DE ROUES

Quatre mois auront suffi au groupe Bénéteau pour faire oublier la destruction par le feu, à la fin de l'été, de son usine Bio Habitat de Luçon, en Vendée. C'est en effet en tout début d'année qu'un nouveau site, plus vaste, a vu le jour à Sainte-Hermine, à quelques encablures de l'usine incendiée. La production des résidences mobiles des marques IRM et O'Hara est ainsi de nouveau assurée, dans la perspective d'une forte reprise de l'activité qui pourrait représenter jusqu'à plus de 10 000 mobil-homes pour l'ensemble des sept sites Bio Habitat du groupe Bénéteau, leader sur son marché.



UN DÉBUT DE SAISON EN FANFARE !

Avec une part de marché de 56 % au terme des quatre premiers mois de la saison 2021-2022, le segment du van et du fourgon se confirme dans les immatriculations. En effet, 6 252 camping-cars ont été écoulés par les distributeurs entre le 1^{er} septembre et le 31 décembre dernier dont 3 511 vans et fourgons, un record qui confirme l'engouement observé ces derniers mois pour ces véhicules de loisirs.

TRIGANO, PREMIER DISTRIBUTEUR DE VDL EN FRANCE

En clôturant son exercice 2021 sur un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros, le groupe Trigano affiche une croissance de 34,3 %, avec un chiffre record pour le segment camping-cars pour lequel le numéro 1 européen du VDL a fabriqué 52 637 véhicules. Une progression consolidée par l'acquisition de 70 % du capital des trois principaux réseaux de concessions, CLC, SLC et Loisiréo, soit 47 points de vente implantés dans l'Hexagone. L'opération vient d'obtenir le feu vert de l'Autorité de la concurrence à la seule réserve de rétrocéder deux points de vente, à Nancy et à Dijon.



MÉDITERRANÉA : PREMIER SALON DU MOBIL-HOME « PRO »

Reporté à deux reprises en raison de la crise sanitaire, le salon Méditerranéa se tiendra bien en 2022, du 31 mai au 1^{er} juin, à Port Camargue (30). Premier du genre puisqu'il sera intégralement dédié aux mobil-homes, ce salon des « hébergements de l'Hôtellerie de plein air », organisé par UNI VDL avec le concours de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA), devrait attirer nombre de gestionnaires de campings, avides de découvrir les innovations apportées par les constructeurs français de résidences mobiles. Intérieurs repensés, extérieurs en rupture avec le mobil-home traditionnel, il y aura beaucoup à visiter durant ces deux jours de convivialité.

VIAXEL DEVIENT SOFINCO AUTO-MOTO-LOISIRS

Présent depuis 70 ans dans le secteur du crédit à la consommation, Sofinco avait créé Viaxel dès 1999 pour répondre aux besoins des consommateurs souhaitant acheter un camping-car. Pour plus de clarté mais aussi pour répondre aux nouveaux enjeux de la mobi-

lité, Viaxel a changé de nom pour devenir Sofinco Auto-Moto-Loisirs. Une marque déjà très connue grâce à sa pénétration au sein des grandes enseignes de la distribution.



OPÉRATION « PRINTEMPS DE LA CARAVANE »

Une opération commerciale inédite et dédiée à la caravane va être lancée, le « Printemps de la Caravane » du 1^{er} au 27 mars prochain.

Cet événement a pour objectif de :

- Valoriser l'image de la caravane, dans un contexte sanitaire qui lui est plutôt favorable.

- Générer le maximum de trafic dans les concessions participantes. Un bon moyen de faire découvrir ou redécouvrir les atouts de la caravane, confortable, bien équipée et permettant comme tous les véhicules de loisirs, une totale liberté de mouvement dans un espace sanitaire protégé.

NOUVEAU

POUR TOUS LES PROS
DE L'HÔTELLERIE
DE PLEIN AIR, NOS
EXPOSANTS VOUS
DONNENT RENDEZ-VOUS
ET VOUS ATTENDENT !

31 MAI - 1^{er} JUIN 22

Méditerranéa
PORT-CAMARGUE



Méditerranéa

SALON DES HÉBERGEMENTS DE
L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

- ● ● Gestionnaires de terrains de camping, ne ratez pas l'événement qui se prépare, organisé par les pros pour les pros de l'hôtellerie de plein-air. Notez dès à présent les **mardi 31 mai et mercredi 1^{er} juin** sur vos agendas !

Nous remercions les partenaires de cet événement



www.salon-mediterranea.com