

# VDU MAG

LE MAGAZINE DES  
VÉHICULES DE LOISIRS

*2022 : une saison  
touristique éclatante*

*p. 3*



**INTERVIEW  
NICOLAS DAYOT :  
"LA PLUS BELLE  
SAISON ESTIVALE  
DE NOTRE  
HISTOIRE"**

*p. 6*



**ENQUÊTE  
QUEL ACCUEIL  
À L'OCCASION  
DES JEUX  
OLYMPIQUES  
2024 ?**

*p. 8*

## Le billet

### LA FRANCE, DESTINATION TOURISTIQUE

Contre toute attente, la situation internationale n'a pas affecté l'activité touristique 2022. Bien au contraire puisque cette saison est considérée comme l'une des plus performantes enregistrées sur le territoire français. Les chiffres donnent le tournis. À elle seule, l'hôtellerie de plein air totalise plus de 102 millions de nuitées de juillet à septembre 2022 soit une augmentation de 6,2 % par rapport à 2019. Ce sont les campings haut de gamme 4 et 5 étoiles qui sont le plus plébiscités, offrant aux clients des équipements et des prestations de premier choix conformes à la demande. Même constat pour le camping-car, van et autre fourgon. Les touristes itinérants sont revenus en masse dans les territoires. France Passion a même enregistré une augmentation de 50 % de la clientèle étrangère notamment allemande et anglaise. De son côté, les fabricants de mobil-homes ont leur carnet de commande bouclé pour 2023, et de nouvelles usines voient le jour en France. Preuve que l'activité du véhicule de loisirs (VDL) est en bonne santé et qu'elle suscite toujours autant d'intérêt chez ses utilisateurs. ■

Nous vous souhaitons une excellente année 2023 !

Le comité de rédaction

03

EXPERTISE  
2022 : UNE SAISON  
TOURISTIQUE  
ÉCLATANTE



06

INTERVIEW  
NICOLAS DAYOT :  
"LA PLUS BELLE  
SAISON ESTIVALE DE  
NOTRE HISTOIRE"



08

ENQUÊTE  
QUEL ACCUEIL À  
L'OCCASION DES  
JEUX OLYMPIQUES  
2024 ?



12

FOCUS  
L'ENVIRONNE-  
MENT, UNE  
PRÉOCCUPATION  
DES CAMPING-  
CARISTES



11

INITIATIVE  
UN CAMPING-CAR  
AU SERVICE DE LA  
CROIX-ROUGE



14

ZOOM  
SALONS :  
LE RETOUR  
EN GRÂCE



16

LES ACTUS

18

CHIFFRES-ÉCO  
MOBIL-HOME : UN  
MARCHÉ DE PLUS  
EN PLUS  
DYNAMIQUE

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

**Directeur de la publication :** Pierre Rousseau.

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

**Conception, réalisation :** Denfert Consultants.

**Crédits photos :** Camping de Locronan, Le Bois Soleil, DR, Le Puits de l'Auture, FHNPA, Panorama Pyla, camping Indigo du Bois de Boulogne, camping Marvilla Parks-Paris Est, Damien Goret/Brest métropole, camping Sandaya Paris Maisons-Laffitte, Croix-Rouge française, Dethleffs, Pilote, G. Sallaud, J.-B. Thévard, M. Cousin, Salon du Bourget, Salon de Parme, camping Le Kervastard, Elddis, Louisiane.

**N° ISSN : 1164-9062**

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

# 2022 : UNE SAISON TOURISTIQUE ÉCLATANTE



**35 millions** de Français sont partis en vacances, soit 7 sur 10 contre 6 sur 10 l'année précédente.

Exceptionnelle. Tel est le mot qui qualifie le mieux la saison touristique 2022. Toute la chaîne de l'hébergement touristique a bénéficié de l'engouement des Français pour les vacances, mais aussi du retour de la clientèle étrangère.

Il y a deux ans seulement, rares sont ceux qui auraient parié que la saison touristique 2022 serait une des plus belles jamais enregistrée sur le territoire français. Pourtant les chiffres sont là. Au total, 35 millions de Français sont partis en vacances, soit 7 sur 10 contre

L'hôtellerie de plein air est le leader de l'offre touristique avec **102,2** millions de nuitées de juillet à septembre 2022, + 6,2 % par rapport à 2019.

6 sur 10 l'année précédente. Alors qu'à la sortie de la crise sanitaire, les Français avaient largement opté pour des vacances dans des lieux qu'ils considéraient comme « sûrs » d'un point de vue sanitaire, qu'il s'agisse de séjours dans la famille ou chez des amis, la saison 2022 marque un franc retour à l'offre touristique marchande.

## LES CAMPINGS HAUT DE GAMME PLÉBISCITÉS

L'hébergement collectif, notamment, a enregistré des résultats plus que positifs avec un total de 322 millions de nuitées entre avril

et septembre 2022, soit 2,4 % de plus qu'à la même époque de 2019. C'est sans surprise que l'hôtellerie de plein air affiche les meilleurs résultats tant ce mode d'hébergement a su s'imposer, depuis des années, comme leader de l'offre touristique. Ainsi, selon l'Insee, avec 102,2 millions de nuitées de juillet à septembre, le secteur a enregistré une progression globale de 6,2 % par rapport à la même période de 2019 contre + 1,3 % seulement dans les hôtels et - 1 % pour les « autres hébergements collectifs de tourisme » (AHCT). Ce sont les établissements de plein air haut de gamme qui ont le mieux

tiré leur épingle du jeu. « Comme avant la pandémie, la demande est plus forte pour les campings haut de gamme, classés 4 ou 5 étoiles : près de 6 nuitées en camping sur 10, alors qu'ils ne représentent que 4 emplacements sur 10, relève l'Insee dans Insee Focus n° 280 du 30 novembre 2022. Durant l'été 2022, le nombre de nuitées passées dans cette catégorie de camping augmente de 15 % par rapport à 2019. La hausse est particulièrement élevée pour les nuitées des personnes propriétaires de mobil-homes (+ 20 %). » Un phénomène largement lié à la qualité des hébergements locatifs proposés par des fabricants de mobil-homes soucieux de permettre aux campings de proposer des hébergements tout confort susceptibles d'accueillir les touristes en été, mais également au printemps ou à l'automne. En France, sur 7 592 campings, près de 6 000 sont indépendants. Ces campings ont investi massivement ces dernières années pour offrir un accueil, des hébergements et des activités de qualité. Autre caractéristique majeure de cette saison touristique, le retour de la clientèle étrangère qui avait un temps déserté l'Hexagone du fait de la situation sanitaire (voir tableau).

Des résultats au beau fixe, donc, que seules les difficultés de recrutement et la hausse des prix sont venues ternir. Ainsi, certains campings n'ont pu ouvrir tous leurs espaces de restauration, faute d'employés, et tous ont vu leurs charges s'alourdir notamment en raison de l'envol des coûts des énergies. Une situation en matière de recrutement qui a incité le gouvernement à mettre en place, de septembre 2022 à décembre 2023, une grande campagne de communication destinée à faire découvrir les métiers du tourisme et à renforcer l'attractivité de la filière.

### DES CAMPING-CARISTES TOUJOURS PLUS NOMBREUX

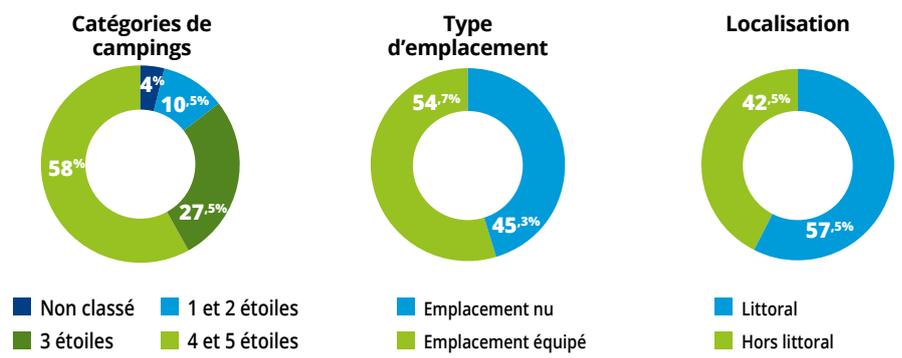
Un bilan positif que l'on retrouve également pour les camping-cars,

vans et fourgons qui ont largement visité la France. Fort de l'engouement d'une nouvelle clientèle pour les vans, fourgons et camping-cars à la sortie de la crise sanitaire, ces touristes itinérants ont été nombreux à arpenter les routes françaises durant la saison estivale. Parmi eux, beaucoup d'étrangers, comme a pu le constater France Passion au travers de la fréquentation de ses étapes. « La saison a été excellente, souligne Alexandra Courtieux, responsable de la communication chez France Passion. Nous avons enregistré une hausse de 50 % de la clientèle étrangère, en majorité des Allemands, mais également des Anglais, des Espagnols ou des Italiens. Et 8 000 nouveaux camping-caristes étrangers ont adhéré au réseau. » Un succès tel que France Passion a dû réimprimer son guide, tiré à 80 000 exemplaires, pour faire face à l'importance de la demande.

“ Nous avons enregistré une hausse de 50 % de la clientèle étrangère, en majorité des Allemands, mais également des Anglais, des Espagnols ou des Italiens. ”  
Alexandra Courtieux, France Passion

D'autres intervenants ont également enregistré une hausse de la fréquentation. À l'office du tourisme de Bernay, qui compte trois aires d'accueil de camping-cars sur son territoire, on relève également que la fréquentation est en hausse. « Depuis la fin du confinement, nous accueillons vraiment plus de camping-cars qu'auparavant, relève Laëtitia Le Breton, cheffe du service Office de Tourisme à l'Intercom Bernay Terres de Normandie. Cette année nous notons un

Près de **6 000** campings indépendants en France 2022





indéniable allongement de la saison. Alors que classiquement notre saison touristique court d'avril à septembre, en 2022 les premiers camping-caristes sont arrivés début mars et nous en avons encore accueilli à Noël. » Même constat à l'Office de tourisme du Lac du Der. « Souvent, les camping-cars arrivent lorsque les visiteurs en voiture s'en vont, souligne son directeur, Alexis Gilbert.

Ainsi, outre la pleine saison, on a une fréquentation importante de mi-mars à fin novembre. Et en 2022, du fait d'une météo très favorable, les camping-caristes sont venus nombreux à l'occasion des week-ends de février. » Une situation qui a permis à ces différents territoires de gagner en consommation touristique, pour la plus grande satisfaction des communes concernées.

## NUITÉES DANS LES CAMPINGS AU TROISIÈME TRIMESTRE 2022 (JUILLET-SEPTEMBRE)

	Nuitées (en millions)	% de nuitées des non-résidents	Évolution par rapport au troisième trimestre 2019 (en %)		
			Totales	Résidents	Non-résidents
<b>CAMPINGS</b>	<b>102,2</b>	<b>28,6</b>	<b>6,2</b>	<b>8,1</b>	<b>1,5</b>
Non classés	4,2	27,1	2,8	5,3	-3,4
1 et 2 étoiles	10,5	25,7	-6,8	-6,7	-7,2
3 étoiles	28,1	28,6	-3,5	-3,5	-3,6
4 et 5 étoiles	59,4	29,2	14,7	18,7	6
Emplacements nus	46,3	38	-1,8	-0,8	-3,5
Emplacements équipés	55,9	20,7	13,8	14,8	10,1
Littoral	58,7	25,2	7	7,1	6,7
Hors littoral	43,5	33,1	5,1	9,8	-3,3

Source : Insee, Informations rapides, n° 294, 9 novembre 2022.

**Lecture :** Avec une progression de 6,2 % par rapport à 2019, la saison estivale 2022 s'est révélée particulièrement positive pour les campings. Une saison qui confirme aussi l'appétence des touristes pour les emplacements équipés d'un hébergement (+ 13,8 % de nuitées).

## NUITÉES SELON LA PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE\*

	T3 2022 (en millions)	Évolution par rapport au T3 de 2019 (en %)
Nuitées résidentes	73	8,1
Nuitées non-résidentes	29,2	1,5
Nuitées de touristes européens (y compris hors UE)	29,2	1,6
Dont Allemagne	7	15,7
Dont Belgique	4,1	4,4
Dont Pays-Bas	9,9	1,4
Dont Royaume-Uni	3,4	-20,5
Nuitées États-Unis	0	-24,6
Autres nuitées non-résidentes	0	-28
<b>Nuitées totales</b>	<b>102,2</b>	<b>6,2</b>

\* données définitives jusqu'en août 2022, provisoires pour septembre 2022  
Champ : France métropolitaine  
Source : Insee, Informations rapides n° 294 du 9 novembre 2022

**Lecture :** Non seulement les touristes étrangers sont revenus sur le territoire français en 2022, mais leur fréquentation est même en légère progression (+ 1,5 % de nuitées). Seule exception : les touristes du Royaume-Uni dont la fréquentation affiche encore un recul de 20,5 % par rapport à 2019.

**Plus d'informations sur :**  
[www.insee.fr/fr/statistiques/6656297](http://www.insee.fr/fr/statistiques/6656297)

La saison 2022 a été particulièrement faste pour les établissements de l'hôtellerie de plein air qui ont vu la fréquentation des campings atteindre un niveau record. Entretien avec Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA).

**NICOLAS DAYOT,**  
PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR (FNHPA)

## « LA PLUS BELLE SAISON ESTIVALE DE NOTRE HISTOIRE »



### Quel bilan tirez-vous de la dernière saison estivale en termes de fréquentation ?

Ce qui ressort de manière très claire des chiffres de l'Insee c'est que l'hôtellerie de plein air a fait la plus belle saison estivale de son histoire. En 2019, qui était une année

« Les classes populaires sont notre cœur de clientèle. »

record, nous avons enregistré 98 millions de nuitées entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 30 septembre. Cette année nous en sommes à 102 millions de nuitées pour la même période. Au total, nous avons accueilli quand même près de 800 000 personnes supplémentaires dans les campings. On accueillait à peu près 23 millions de personnes auparavant durant la saison entière ; nous devrions monter à 24 millions. Nous avons annoncé au cours de l'été que l'on dépasserait les 130 millions de nuitées et, si l'on applique le taux de progression sur la saison, autour de 6 %, on va être à 135 millions de nuitées.

### Quels sont les événements marquants de cette saison ?

L'hébergement locatif a surperformé par rapport aux emplacements nus. Ce que l'on constate aussi c'est que les 3, 4 et 5 étoiles et notamment les 4 et 5 étoiles progressent davantage que les campings d'entrée de gamme qui continuent d'enregistrer une érosion de leur fréquentation. La clientèle se concentre sur les campings qui proposent des équipements, des services et des prestations. C'est notamment le cas des classes populaires. Lorsque certains évoquent la montée en gamme des campings, cela donne l'impression que l'on accueille de plus en plus de gens aisés. Or, la réalité c'est que nous recevons toujours la même proportion de classes populaires et même davantage. Les classes populaires, qui sont notre cœur de clientèle, veulent des campings avec des piscines, des aires de jeux, des animations, etc. Elles recherchent aussi des hébergements locatifs avec des équipements comme la télé, le wifi, la salle de bain, etc.

### Avez-vous noté un retour des touristes étrangers ?

Oui, c'est vraiment marquant et c'est un point très positif. Nous avons retrouvé peu ou prou la

répartition Français / étrangers de l'avant Covid. Le retour des étrangers est avéré, notamment pour les Anglais, et nous accueillons toujours la même typologie de touristes étrangers : les Néerlandais d'abord, les Allemands, les Belges et enfin les Britanniques en quatrième position cette année. Les étrangers plébiscitent les emplacements nus : tente, caravane, camping-car, van & fourgon.

### Les établissements de plein air ont-ils réussi à préserver leur rentabilité ?

Il y a une augmentation des coûts des matières et l'on n'a pas repercuté la hausse des prix comme ont pu le faire les hôtels. Les hôtels ont beaucoup souffert pendant le Covid et ont augmenté fortement leurs prix, mais sans rattraper le niveau de fréquentation antérieur à la crise sanitaire. Nous, c'est le contraire. On a dépassé le niveau de fréquentation d'avant Covid, mais les prix de location n'ont pas intégré les hausses auxquelles nous avons dû faire face. Nous avons une clientèle populaire et une hausse de prix trop importante aurait un effet immédiat sur la fréquentation. Si la fréquentation a été bonne, nous rencontrons des difficultés d'approvisionnement, notamment

en matière d'hébergements, ce qui pourrait avoir un impact sur le développement de certains campings. Il va falloir encore une bonne année pour arriver à réguler le marché de la fabrication des hébergements légers de loisirs, notamment les mobil-homes. De plus, tous les fournisseurs ont augmenté leurs tarifs ce qui génère des surcoûts importants au niveau des investissements, mais aussi des charges de fonctionnement. S'ajoutent des difficultés de recrutement de personnel, sachant que début juin il manquait 4 000 saisonniers sur les 40 000 employés par la profession. Certains campings ont été obligés de réduire les horaires ou de fermer leurs restaurants. Donc tous les indicateurs ne sont pas au vert, mais le camping a démontré une fois de plus qu'il était résilient. Pour la saison 2022-2023 je suis optimiste sur la fréquentation, mais plus inquiet sur la rentabilité, la structure des charges, les investissements et la capacité des établissements à maîtriser le dérapage inflationniste des charges des entreprises.

**Comment faites-vous face aux problèmes de recrutement qui affectent le secteur du tourisme ?**

Nous avons mis en place une stratégie nationale sur ce sujet. Cela s'est traduit par la création d'une plateforme des métiers qui va présenter la multitude d'activités proposées par les campings et leur montrer que l'on peut faire carrière, sachant que 10 000 des 50 000 emplois que nous proposons sont des CDI. Nous avons également souhaité créer une marque employeur de branche pour aider les campings indépendants à mieux se vendre auprès des salariés potentiels. Les campings adhérents à la FNHPA ont ainsi accès à un kit de communication qu'ils pourront utiliser lors de leurs

**24 millions de personnes ont été accueillies par l'HPA pour la saison 2022.**

opérations de recrutement. Leur tâche sera d'autant plus facilitée que notre plateforme est reliée sur celle de pôle emploi, via « monemploi-tourisme.fr » afin que les offres soient diffusées auprès du plus grand nombre. Le sujet de l'emploi est aujourd'hui crucial car nos établissements proposent de plus en plus de prestations et de services qui génèrent d'importants besoins en personnels. Dans les cinq à sept années à venir, nous aurons ainsi besoin de 10 000 collaborateurs supplémentaires. Enfin, nous avons veillé à ce que les métiers de l'hôtellerie de plein air soient bien présents dans la campagne nationale d'attractivité des métiers du tourisme de 9 millions d'euros lancée par le gouvernement.

**À l'heure où les questions d'environnement font la une de l'actualité, où en est le plan Camping durable 2030 ?**

L'expérimentation a démarré il y a 2,5 ans avec l'Ademe en Bretagne, en Nouvelle-Aquitaine et en Corse. Des chargés de mission

environnementale ont été embauchés pour accompagner les campings sur le terrain. Ils connaissent les contraintes de la profession et se chargent de toutes les démarches administratives. Cela rencontre un tel succès que nous estimons qu'il faut étendre l'expérience au niveau national. Par ailleurs, nous avons élargi le spectre avec un gros volet énergie solaire, indispensable pour abaisser la facture énergétique. Nous avons également ouvert un chantier avec l'Office français pour la biodiversité et la Ligue de la protection des oiseaux afin de réduire l'impact des campings sur la biodiversité et notamment sur la transformation des végétaux dans nos établissements afin qu'ils produisent moins de déchets verts et propagent moins les incendies. Nous souhaitons aussi sensibiliser nos clients à la problématique du développement durable en scénarisant les campings, en travaillant sur la problématique de l'eau au travers de la détection des fuites ou encore en réfléchissant à l'adaptation des campings au changement climatique. Enfin, le volet sociétal fait également partie de notre réflexion notamment au travers de l'accueil des personnes en situation de handicap, des familles modestes ou des femmes battues, ou encore par la mise en place d'accueil des scolaires dans les piscines d'établissements situés en zone rurale afin de leur proposer des séances d'éveil aquatique pour limiter les risques de noyades.

**Retrouvez l'intégralité de l'interview sur [www.univdl.com](http://www.univdl.com)**

**« Dans les cinq à sept ans à venir, nous aurons besoin de 10 000 collaborateurs supplémentaires. »**



# QUEL ACCUEIL À L'OCCASION DES JEUX OLYMPIQUES 2024 ?

À l'approche des jeux Olympiques de 2024, la question de l'accueil et l'hébergement des spectateurs est au centre des réflexions des communes estampillées sites olympiques. Si rien n'est véritablement décidé, il est clair que l'hôtellerie de plein air pourrait avoir un rôle à jouer et que la question de l'accueil des camping-cars, vans et fourgons doit trouver une réponse.

Les chiffres donnent le tournis. Au moins 600 000 spectateurs attendus le long de la Seine pour l'ouverture des Jeux, 13,5 millions de billets commercialisés pour assister aux 48 disciplines olympiques et 23 disciplines paralympiques. Quant aux nombres de touristes, ils se compteront probablement par centaines de milliers lors des jeux Olympiques organisés à Paris du 26 juillet au 11 août et des jeux paralympiques qui suivront du 28 août au 8 septembre. Avec un enjeu majeur, les accueillir dans les meilleures conditions et leur donner envie de prolonger leur séjour ou de revenir ultérieurement pour visiter le pays. Français ou étrangers, les amateurs de sport vont devoir se loger à proximité des sites retenus pour l'organisation des différentes compétitions. Une manne pour les hôtels, assurés de faire le plein, mais aussi pour les particuliers désireux de louer temporairement leur logement. Airbnb l'a bien compris puisqu'il figure au rang des partenaires mondiaux des jeux.

## L'HÉBERGEMENT, UN ENJEU PRIMORDIAL DE L'ORGANISATION DES JEUX

Pour autant, la question du logement risque vite de s'ériger en véritable casse-tête pour les spectateurs français ou étrangers, mais aussi pour les responsables des villes concernées par les compétitions ou les phases d'entraînement. Pourtant, l'accueil des



« Le gouvernement travaille d'ores et déjà conjointement avec les acteurs du tourisme français, pour préparer l'accueil des touristes. »

participants comme des visiteurs est un enjeu majeur de l'organisation tant les Jeux sont un reflet de l'image de marque de notre tourisme. Les pouvoirs publics ne s'y sont d'ailleurs pas trompés. « La France est totalement engagée dans l'organisation des deux événements

sportifs historiques pour notre pays : la Coupe du monde de rugby en 2023, mais aussi les jeux Olympiques et paralympiques l'an prochain, expliquait Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme, lors d'une conférence de presse sur le bilan touristique de la période estivale 2022. Les retombées économiques pour le secteur, et de nombreux autres secteurs économiques, seront considérables. Le gouvernement travaille d'ores et déjà conjointement avec les acteurs du tourisme français, pour préparer l'accueil des touristes lors de ces

deux événements, et permettre à la France de garder sa place de première destination mondiale. »

## QUEL RÔLE POUR L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR ?

Dans ce défi du logement, chacun des acteurs du secteur aura un rôle à jouer, même si les choses ne sont pas encore bien définies à moins de vingt mois des jeux. Ainsi, l'hôtellerie de plein air, avec ses milliers d'établissements équipés de mobil-homes spacieux et confortables, pourrait tenir sa place. « Pour certains sites régionaux, nous pouvons avoir un rôle à jouer. Mais c'est encore trop tôt pour le définir car les travaux sur ce sujet ne commenceront réellement qu'en 2023. Ce qui est clair, c'est que nous jouerons le jeu quoi qu'il arrive avec le Comité d'organisation des jeux Olympiques, souligne Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). La participation peut revêtir plusieurs formes : par exemple, pour la Coupe du monde 2023 de rugby, nous avons un partenariat avec Comité d'organisation afin de former des apprentis. Ils seront opérationnels lors de l'événement, dans le traitement des billets, l'accueil et l'accompagnement des spectateurs. Les possibilités d'accompagnement d'un événement comme les J.O. de Paris 2024 sont donc nombreuses, au-delà du simple hébergement. » Pour les sites olympiques, mais aussi toutes les villes qui serviront de base arrière pour l'entraînement des athlètes, l'accueil des camping-caristes sera également un enjeu de taille.

## BIEN ACCUEILLIR LES CAMPING-CARISTES

De fait, selon une étude Ipsos-UNI VDL d'octobre 2021, 51 % des propriétaires de camping-cars, vans ou fourgons neufs utilisent leur véhicule pour suivre des grands événements. Nul doute qu'ils seront donc nombreux à vouloir assister aux épreuves des jeux. L'avantage pour les sites concernés est que camping-cars, vans

Les campings proches de Paris permettront d'accueillir les touristes pour les J.O. en 2024.



Les camping-caristes vont également assister aux épreuves des J.O.

Les possibilités d'accompagnement d'un événement comme les J.O. Paris 2024 sont donc nombreuses, au-delà du simple hébergement des spectateurs.

Nicolas Dayot,  
FNHPA

et fourgons ne nécessitent que très peu d'infrastructures. Leurs véhicules sont autonomes, leurs seuls besoins étant de pouvoir stationner sur des emplacements stabilisés, faire le plein d'eau et accéder à une borne de vidanges des eaux grises ou noires tous les deux ou trois jours. Certains territoires sont d'ailleurs rodés à leur

accueil en masse. Depuis 2002, par exemple, les Fêtes maritimes internationales de Brest occupent le devant de la scène maritime tous les quatre ans, au mois de juillet. Durant 6 à 7 jours, des passionnés peuvent voir, mais aussi monter à bord, des plus grands bateaux du monde. Une manifestation qui a enregistré, lors de sa dernière édition, en 2016 (l'édition 2020 ayant été annulée pour cause de Covid), 712 000 entrées payantes. Lors de cet événement, des milliers de camping-caristes répondent présents et bénéficient d'un accueil spécialement étudié pour eux. Un minimum de 375 places de stationnement, chiffre pouvant approcher les 500 en cas de besoin, sont donc proposées aux camping-cars, vans et fourgons durant la durée des



Des milliers de camping-caristes répondent présents lors des Fêtes maritimes de Brest et bénéficient d'un accueil spécialement étudié pour eux.

## ACCUEIL DES CAMPING-CARS SUR LES SITES OLYMPIQUES

Les trois conseils de Fortuné Pellicano, adjoint au maire de Brest, président délégué des Fêtes maritimes de Brest

- 1) Recenser suffisamment tôt les sites qui peuvent être mis à disposition des camping-cars, vans et fourgons ;
- 2) Organiser les sites très en amont et s'assurer de mettre en place les meilleures conditions possibles en matière de sécurité, de stationnement ou de sanitaires ;
- 3) Organiser l'accueil de manière très professionnelle en le confiant à une structure ayant l'habitude de gérer des flux de touristes, type office du tourisme.

“ Nous serons base arrière pour le nautisme durant les jeux Olympiques et la question de l'accueil des camping-cars, vans et fourgons se pose.

Sileymane Sow,  
adjoint au maire de Rouen

festivités. « Le temps des fêtes, nous mettons à disposition des emplacements de stationnement sur des stades ou des centres sportifs dotés de parkings adaptés, souligne

Fortuné Pellicano, adjoint au maire de Brest, président délégué des Fêtes maritimes de Brest. *Sur les cinq sites mobilisés nous sommes en mesure de proposer des conditions d'accueil optimales avec sanitaires et douches à disposition. La gestion de l'accueil est opérée par l'office du Tourisme, les camping-caristes pouvant acheter ou réserver leur emplacement via l'organisme au tarif de 13 euros plus un euro par personne lors de la dernière édition. De plus, des agents de la ville sont mis à disposition pour accueillir les visiteurs sur chaque site et remettre les fiches d'autorisation de stationner.* » Une organisation bien huilée qui témoigne des possibilités

d'hébergement offertes par les camping-cars à l'occasion des grands événements.

### DE NOMBREUSES RÉFLEXIONS EN COURS

Moins en pointe sur cet accueil temporaire, d'autres villes songent à le renforcer. À Rouen, qui dispose d'une aire d'accueil d'une vingtaine de place au niveau du port de plaisance ainsi que d'un terrain stabilisé en goudron sur l'Île Lacroix occupé par des camping-cars depuis une trentaine d'année, les édiles ont décidé de créer une véritable aire d'accueil sur l'île avant la prochaine édition de l'Armada, du 8 au 18 juin 2023. « Pour le moment, nous n'avons pas de lieux d'accueil temporaires, mais nous y travaillons, souligne Sileymane Sow, adjoint au maire à Rouen. Nous serons base arrière pour le nautisme durant les jeux Olympiques et la question de l'accueil des camping-cars, vans et fourgons se pose. » Des réflexions conduites par de nombreux autres sites olympiques qui trouveront leurs réponses au cours de l'année à venir.





## UN CAMPING-CAR AU SERVICE DE LA CROIX-ROUGE

Depuis 10 ans, un camping-car de la Croix-Rouge française se rend dans les territoires les plus reculés du département du Loiret afin d'apporter de l'aide à des populations souvent très isolées dans le cadre d'une opération itinérante baptisée « Carré Rouge Mobile ». Produits de dépannage, aide administrative et surtout écoute et échanges, le véhicule permet un accueil chaleureux toute l'année.

Un camping-car siglé « Croix-Rouge française ». C'est ce que peuvent croiser régulièrement les habitants des zones les plus reculées du département du Loiret. Depuis une dizaine d'années, le véhicule permet en effet aux bénévoles de l'association d'aller à la rencontre des populations isolées n'ayant pas forcément la possibilité de se déplacer pour faire appel aux associations caritatives du département, essentiellement installées dans les grosses communes. « Une étude de territoire montrait des zones où résidaient des bénéficiaires de minima sociaux qui étaient socialement isolés, relève Cynthia Boisseau, éducatrice à la Délégation territoriale du Loiret de la Croix-Rouge française, coordonnatrice de l'action "Carré Rouge Mobile". Nous avons donc mis en place une action itinérante pour aller à leur rencontre. » La délégation achète alors un

camping-car, financé au niveau national dans le cadre d'un fonds de développement de projet.

### LE CAMPING-CAR, UNE SOLUTION IDÉALE

« Nous avons trouvé ce type de véhicule intéressant car il nous permet d'être autonome, de stationner sur les places de la commune et de recevoir les personnes dans un cadre agréable. » Un espace d'accueil a été créé autour de la table tandis qu'un poste informatique avec Internet permet de traiter certaines tâches administratives. Le camping-car a pu être utilisé sans aménagement spécifique, seul le lit a été retiré afin de créer un espace de stockage de produits secs, de produits d'hygiène et de vêtements. « C'est une solution qui nous semble idéale par rapport à notre projet, poursuit Cynthia Boisseau. Nous partons durant la journée et même nos équipes

bénéficient du confort, notamment grâce aux sanitaires. De plus, nous pouvons chauffer en hiver et proposer du thé ou du café aux personnes que nous accueillons. »

Un processus d'accueil désormais bien rodé puisque, toute l'année, le camping-car se rend tous les 15 jours dans une commune donnée, toujours le même jour et aux mêmes horaires, afin de rencontrer régulièrement les bénéficiaires. « Les gens sont surtout à la recherche de lien social, d'écoute et de contact, même si nous pouvons les aider dans certaines formalités administratives ou procéder à la distribution de produits, conclut Cynthia Boisseau. Il est donc primordial de disposer d'un espace chaleureux pour les recevoir. » Au total, 12 communes bénéficient du service une semaine sur deux, permettant à leurs habitants les plus isolés de nouer une relation dans la durée avec les bénévoles de l'association. ■

# L'ENVIRONNEMENT, UNE PRÉOCCUPATION DES CAMPING-CARISTES

Souvent amoureux de la nature, la grande majorité des utilisateurs de camping-cars, vans ou fourgons veillent à minimiser leur impact sur l'environnement. Et ce type de voyage incite naturellement à limiter ses consommations.

**76 % DES CAMPING-CARISTES ESTIMENT QUE LEUR VÉHICULE LEUR PERMET DE RESPECTER L'ENVIRONNEMENT.**



Une vision écologique qui s'explique par le fait que ces véhicules incitent structurellement à une consommation modérée. De fait, les réserves d'eau sont limitées, les apports électriques sont liés à la présence d'une batterie et le gaz est disponible en bouteille. Autant de facteurs qui engendrent des comportements plus économes. Les véhicules eux-mêmes sont moins polluants du fait de normes européennes qui évoluent en permanence afin de limiter l'impact carbone des camping-cars, vans et fourgons. De plus, les camping-caristes ont tendance à conduire sereinement, limitant les accélérations brusques et les vitesses excessives et par là-même leur consommation de carburant. Si un camping-car consomme plus de carburant qu'une voiture de tourisme, cela n'est vrai que pour se rendre d'un point à un autre. La grande majorité des camping-caristes, une fois stationnés, préfèrent en effet se déplacer à pied, à vélo ou en transport en commun tandis que les touristes classiques prennent plus facilement leur voiture pour les déplacements sur place.



« La grande majorité des camping-caristes, une fois stationnés, préfèrent se déplacer à pied, à vélo ou en transport en commun tandis que les touristes classiques prennent plus facilement leur voiture pour les déplacements sur place. »

Selon le rapport d'Ipsos pour UNI VDL « Camping-caristes : profil et comportements en 2021 », 76 % des propriétaires de camping-cars neufs et 71 % de ceux de vans neufs estiment que l'usage de ce type de véhicule leur « permet de respecter l'environnement ». Ils sont également 43 et 42 % à juger que leur véhicule de loisirs « permet de mieux respecter l'environnement et d'émettre moins de CO<sub>2</sub> ». Ils sont d'ailleurs environ un sur trois à penser que leur camping-car, van ou fourgon est le véhicule le moins consommateur d'énergie fossile.

## DES SÉJOURS MOINS ÉMETTEURS DE CO<sub>2</sub>

Selon une étude du cabinet Gingko pour UNI VDL de 2021, le camping-car se révèle d'ailleurs être l'un des modes de loisirs les moins polluants de prendre des vacances.



Nombre de véhicules sont équipés de panneaux solaires qui limitent l'impact énergétique du véhicule.

Cette étude analyse le cycle de vie de neuf offres de loisirs différentes. Elle montre ainsi que les camping-cars se placent au deuxième rang avant les mobil-homes pour ce qui concerne l'épuisement des ressources fossiles, en seconde position pour la performance carbone et au troisième rang pour leur impact sur le changement climatique. Une approche environnementale des vacances bien entendu accompagnée par les constructeurs qui s'attachent à proposer des équipements tels que les panneaux photovoltaïques ou encore des batteries plus performantes et moins gourmandes. Sans oublier les travaux menés à la source pour proposer des cellules conçues avec des matériaux renouvelables ou à l'impact environnemental limité.



## RECEVEZ LA NOUVELLE VERSION NUMÉRIQUE DE

**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/](http://www.univdl.com/vdl-magazine/)

### Gérard Sallaud, Eure & Loir



« Notre fourgon a une autonomie de trois jours pour deux personnes. Dans ce laps de temps, nous consommons un maximum de 80 litres d'eau. Nous utilisons donc infiniment moins d'eau qu'à la maison. Côté électricité, nous sommes autonomes grâce à des panneaux solaires et au rechargement de la batterie lorsque l'on roule. Cependant, l'hiver, nous utilisons une troisième batterie pour remplacer celle de la cellule car les jours étant plus courts, l'on est obligé d'éclairer davantage. Côté carburant, tout dépend de ce que l'on recherche. On n'est pas forcément obligé d'aller loin pour découvrir des endroits magnifiques. »

### Jean-Baptiste Thévard, Centre

« Pour moi, la question de l'impact environnemental est plus liée à la sobriété que l'on met dans ses vacances ou ses déplacements qu'au type de véhicule. Personnellement j'ai un combi-Volkswagen

de 1987. Il ne comporte ni douche ni télévision. Pour l'électricité, je ne me branche pas nécessairement sur le réseau. Je recharge mes appareils en roulant. Comme j'ai un petit frigo, je ne fais pas de stock. Je m'approvisionne donc avec des produits frais, locaux, trouvés sur les marchés ou auprès des producteurs de la région. Lorsque l'on s'arrête, c'est généralement dans la campagne. On se balade, on se promène, et l'on est nécessairement moins dans la consommation d'activités qui peuvent être énergivores. »



Retrouvez l'intégralité des témoignages  
sur [www.univdl.com](http://www.univdl.com)

TÉMOIGNAGES

# SALONS : LE RETOUR EN GRÂCE

Si certaines manifestations grand public sont délaissées aussi bien par les exposants que par les visiteurs, les foires et salons consacrés aux véhicules de loisirs (VDL) connaissent en revanche un intérêt soutenu, notamment en province.

**A**lors que de grands salons comme le Mondial de l'auto ou le salon Nautic de Paris ont souffert d'une forte baisse de fréquentation et de l'absence d'exposants de premier plan, traduisant une désaffection pour ce type d'événements, les foires et salons dédiés aux véhicules de loisirs (camping-cars, vans/fourgons, caravanes & mobil-homes) continuent d'attirer les foules. Si la pandémie a marqué un coup d'arrêt pour de nombreuses foires, le retour à la normale a mis en relief le succès des salons du monde du camping-car, van et fourgon, en France comme à l'étranger, à Paris comme en province, où s'y réalisent de nombreuses prises de commande.

## LE VDL À LA FÊTE, PARTOUT EN FRANCE

Avec ses 91 000 visiteurs, le salon des véhicules de loisirs de Paris-Le Bourget reste la principale manifestation nationale consacrée aux vans, fourgons, camping-cars, caravanes, mobil-homes et



accessoires de loisirs. En enregistrant une hausse de 10 %, l'édition 2022 qui s'est tenue à l'automne a prouvé qu'en dépit des événements internationaux et d'une inflation persistante la clientèle était fidèle au rendez-vous. Seniors comme pratiquants en herbe ont besoin d'un contact direct avec les produits comme le souligne Pierre Rousseau, président du salon : « Le salon 2022 était très attendu à plus d'un titre. Voyager en véhicule de loisirs connaît un succès grandissant et les visiteurs ont donc souhaité pouvoir découvrir toutes les nouveautés des plus grandes marques en conditions réelles et imaginer à quoi pourraient ressembler leurs prochaines

vacances ou futurs week-ends à bord d'un véhicule de loisirs. » Ce besoin d'établir des comparaisons entre les modèles explique pour partie le succès des salons spécialisés. Ce constat n'est pas réservé à l'Île-de-France, région où malheureusement les grands parcs d'expositions ne sont pas légions et posent parfois des problèmes d'accès et de stationnement. Évitant ainsi de longs

**Voyager en véhicule de loisirs connaît un succès grandissant.**

déplacements, de nombreux aficionados du véhicule de loisirs ont trouvé dans leur région des foires leur permettant de voir les dernières nouveautés mais aussi de s'assurer des financements et de nombreux conseils avisés sur place pour faire le bon choix.

Ainsi, les salons régionaux ont eux aussi connu l'affluence des grands jours et ce partout sur le territoire. À Nantes, en octobre dernier, ce ne sont pas moins de 40 marques et 300 véhicules exposés ; près de 5 000 visiteurs ont fréquenté le salon de Niort et 4 000 se sont retrouvés pour la foire de Lisieux en novembre dernier. Ce maillage régional est une caractéristique forte du secteur qui démontre à la fois une belle résilience des salons, mais aussi une grande vivacité commerciale car industriels comme artisans ou distributeurs n'hésitent pas à se déplacer au plus près de la clientèle. Ces foires, très animées, ont justifié leur existence et ravis souvent des dizaines de milliers de visiteurs qui y ont trouvé une large vitrine sur la production du moment.

### À L'ÉTRANGER, LES SALONS ONT LA COTE

Traditionnellement très fréquenté, le salon italien de Parme n'a pas dérogé à la règle, avec 110 000 visiteurs. Inauguré par le ministre italien du Tourisme, qui en a profité pour annoncer le déblocage de fonds pour ouvrir plus de 1 000 nouvelles aires de services dans le pays. En Grande-Bretagne aussi, et plus précisément à Birmingham, ce sont 75 000 entrées qui ont été pré-vendues pour un *Motorhome and Caravan Show* très attendu. Enfin, le plus grand des salons européens par la fréquentation, le Caravan Salon de Düsseldorf a battu son précédent record avec 235 000 entrées. Cette 61<sup>e</sup> édition a prouvé le caractère mondial de ce salon qui a comptabilisé des visiteurs venus de 72 pays. « *Le caravanning est ultra tendance et les véhicules de loisirs incarnent la liberté, l'individualité, les rêves et fait lien entre les individus* », ont déclaré les organisateurs à l'issue de la manifestation. Faciles d'accès et offrant de vastes parkings, ces salons internationaux permettent la tenue d'événements festifs de qualité, à l'instar de ce que nos salons régionaux savent aujourd'hui proposer.

## LE SALON DES VDL 2023 DÉMÉNAGE À VILLEPINTE

Les organisateurs du salon des véhicules de loisirs donnent rendez-vous l'année prochaine à tous les visiteurs et exposants pour la 57<sup>e</sup> édition qui se tiendra au **Parc des Expositions de Villepinte du 7 au 15 octobre 2023.**



# LE CLC ÉDITE UN GUIDE À L'USAGE DES MAIRES

Bien que largement médiatisé et représentant un pan incontournable du tourisme national, l'accueil du camping-car reste parfois mal connu des décideurs locaux, maires comme collectivités territoriales. C'est justement pour mieux expliquer les attentes de cette clientèle qui voyage toute l'année que sous l'égide du syndicat UNI VDL, le Comité de liaison du camping-car (CLC) a réalisé un livret de 24 pages entièrement dédié à la problématique de l'accueil et du stationnement des vans, fourgons et des camping-cars sur le territoire national. L'ouvrage a été dévoilé à l'occasion du Salon des maires qui s'est déroulé du 22 au 24 novembre à Paris Porte de Versailles, manifestation durant laquelle le CLC disposait d'un stand d'informations. Abordant les attentes des camping-caristes en matière de stationnement et de ravitaillement, ce guide pratique sensibilise aussi à l'enjeu économique que représentent ces consommateurs au pouvoir d'achat élevé. Il dresse également, à titre d'exemple une liste de subventions et d'aides (départementales, régionales et même européennes) existantes dans le projet de création d'une aire spécialisée. Un outil indispensable pour favoriser des solutions concrètes permettant un accueil prenant en compte les besoins des utilisateurs de véhicules de loisirs.

## L'ACCUEIL DES CAMPING-CARS mode d'emploi

**GUIDE PRATIQUE**  
à l'usage  
des Maires



Les subventions et aides à la création d'une aire



- × Qui sont les utilisateurs de véhicules de loisirs ?
- × La réglementation en vigueur
- × Aires de services et aires de stationnement



### Réglementation et solutions en matière de stationnement

Bien que le profane du camping soit avisé pour sa liberté, elle souève bon nombre de questions dans les collectivités qui voient passer et stationner de plus en plus de camping-cars sans savoir comment en faire usage. En effet, la France impose une réglementation bien particulière en matière de stationnement. À travers cette-ci elle tente de réguler les pratiques touristiques et de limiter les activités toujours aisé de garantir le bien-être du territoire d'accueil.



Il est important de se poser...  
Les articles mentionnés qui...  
Leur rôle est d'expliquer...  
C'est un guide...  
Il dresse également...  
Un outil indispensable...

Il est important de se poser...  
Les articles mentionnés qui...  
Leur rôle est d'expliquer...  
C'est un guide...  
Il dresse également...  
Un outil indispensable...

**Précisions**

Ne pas confondre...  
Le CLC est...  
Le CLC est...  
Le CLC est...



3 Les petites communes en face de développement d'aires de services...  
C'est un guide...  
Il dresse également...  
Un outil indispensable...

### Aides et Subventions

Il existe pas une petite guide...  
Le CLC est...  
Le CLC est...

DÉPARTEMENT	TYPE D'AIDE	BÉNÉFICIAIRES	MONTANT SUBVENTIONS
ALPES	Aide à l'établissement de sites de camping-cars	Propriétaires privés, collectivités locales, associations	Subvention d'investissement de 10 à 20 % de la somme éligible et/ou des dépenses de fonctionnement
ARDENNES	Appui financier aux collectivités locales	Collectivités locales	Subvention d'investissement de 10 à 20 % de la somme éligible et/ou des dépenses de fonctionnement
BOURGOGNE	Appui financier aux collectivités locales	Collectivités locales	Subvention d'investissement de 10 à 20 % de la somme éligible et/ou des dépenses de fonctionnement
BRETAGNE	Appui financier aux collectivités locales	Collectivités locales	Subvention d'investissement de 10 à 20 % de la somme éligible et/ou des dépenses de fonctionnement
FRANCE	Appui financier aux collectivités locales	Collectivités locales	Subvention d'investissement de 10 à 20 % de la somme éligible et/ou des dépenses de fonctionnement

Si vous souhaitez recevoir gratuitement le guide de *L'accueil des camping-cars, mode d'emploi*, il suffit de le demander à l'adresse suivante : [contact@univdl.org](mailto:contact@univdl.org)

## UN NOUVEAU GÉANT DANS L'UNIVERS DU CAMPING

Deux des principaux exploitants français de campings sont en passe de fusionner pour créer un nouveau géant dans l'univers de l'hôtellerie de plein air. Le groupe ECG (European Camping Group), qui détient déjà la marque Homair Vacances, va racheter Vacanceselect, autre groupe de renom déjà propriétaire de Tohapi, pour une valeur d'entreprise d'un milliard d'euros. De fait, il s'agit de la plus grosse opération réalisée dans le secteur de l'HPA, représentant à terme un chiffre d'affaires de plus de 600 millions d'euros. Le nouveau groupe sera ainsi à la tête d'une centaine de campings en propre mais aussi de 54 000 emplacements, 45 000 mobil-homes et emploiera quelque 4 000 salariés.

### W9 LANCE UNE SÉRIE SUR LE CAMPING-CAR



Si la télévision consacre désormais régulièrement des émissions sur les véhicules de loisirs en général et le camping-car en particulier, c'est la première fois qu'une chaîne généraliste va distribuer, via la société de production Endemol, une série de six magazines au format 52 minutes totalement dédiée aux vans, fourgons, camping-cars. Plus original encore, plusieurs sujets seront consacrés à des professionnels qui expliqueront leur amour de leurs véhicules. De quoi, a priori, susciter des vocations et donner envie de tenter l'expérience à un public encore néophyte.

## LE MONDE DE L'AUTOMOBILE S'INTÉRESSE AUX VÉHICULES DE LOISIRS

Après le groupe Gueudet (200 concessions et plus de 100 000 véhicules vendus/an), acquéreur à l'automne des établissements Jacqueline, important distributeur de camping-cars, vans, fourgons et caravanes de l'Ouest de la France, c'est le groupe Gerbier, déjà bien implanté dans le secteur du véhicule de loisirs, qui ne s'offre pas moins de cinq concessions en quelques mois. Les trois premières en Normandie (Auto-camping-car service), les deux autres dans le grand Est (CLC). Des acquisitions qui s'inscrivent dans un contexte de remise en question des mobilités mais aussi de diversification pour des professionnels de l'automobile sous tension avec les constructeurs et qui cherchent des moyens de préserver leurs marges. C'est aussi pour maintenir l'expertise et la singularité de la profession en évitant des rachats massifs des grands distributeurs automobiles que le groupe Trigano a lancé Libertium, un vaste réseau intégré de plus de 50 concessionnaires VDL.

## UNE NOUVELLE SAISON AVEC FRANCE PASSION

Toujours aussi appréciée des camping-caristes avec sa formule originale et gratuite d'étapes chez les artisans, agriculteurs et autres accueillants, France Passion lance son édition 2023 en prévente sur Internet. On y trouvera quelque 2 100 partenaires, répertoriés pour des haltes placées sous le signe de la convivialité.



LE CHIFFRE DU MOIS  
**2 750 000**

C'est le nombre de camping-cars, vans et fourgons en circulation en Europe à la fin 2022, dont environ 600 000 en France (estimations).

# MOBIL-HOME : UN MARCHÉ DE PLUS EN PLUS DYNAMIQUE



Avec 136 millions de nuitées enregistrées durant l'été 2022, les campings ont battu tous les records de fréquentation et pesé pour 40 % de l'activité du secteur de l'hébergement touristique. Un succès qui dynamise fortement le secteur du mobil-home et mobilise les constructeurs pour répondre à la demande de l'hôtellerie de plein air (HPA).

La page de la pandémie tournée, le tourisme a repris des couleurs durant la saison 2022. Les chiffres publiés par l'Insee en fin d'année le confirment avec 322 millions de nuitées enregistrées en France durant la saison estivale (en hausse de 2,4 %), dont 136 millions uniquement dans l'univers des campings, soit une progression de 7,5 % sur l'été dernier. Le camping pulvérise ainsi son précédent record et a pesé pour 40 % dans l'activité touristique nationale de l'été. Les campings haut de gamme (4 et 5 étoiles) ont enregistré 58 % des nuitées en camping et restent les principaux gagnants, avec une fréquentation en hausse de 15 % par rapport à 2019 et même de 20 % pour les nuitées de la seule clientèle française. Si les mois de juillet et août ont permis d'atteindre des taux de remplissage parfois proches de 100 %, les ailes

de saison que sont les mois de mai, juin, septembre et même octobre ont été souvent remarquables. En mai par exemple, les campings ont bénéficié des vacances scolaires de l'Allemagne et des Pays-Bas. Résultat : l'ensemble des nuitées non-résidentes dans l'hôtellerie de plein air a progressé de près de 50 % tandis qu'avec un taux de remplissage de 55 %, l'HPA établissait à Pâques son meilleur score ! Certains campings ont même allongé leur période d'ouverture jusqu'aux vacances de la Toussaint pour répondre à la demande de la clientèle.

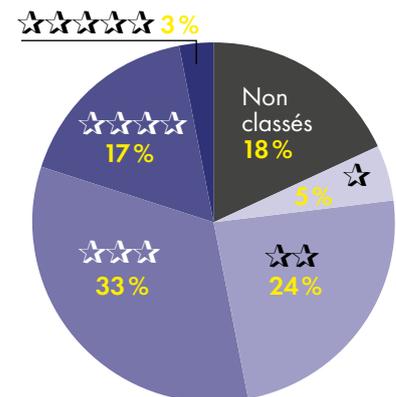
**« Côté des constructeurs, les carnets de commande sont pleins, et les investissements consentis toujours plus importants. »**

## LE MOBIL-HOME, CŒUR DE L'HÉBERGEMENT

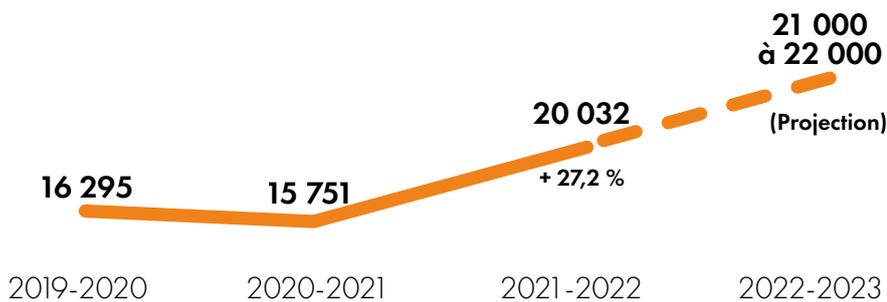
Ces chiffres de fréquentation permettent de comprendre la forte demande en équipement d'hébergement. Si la durée de vie

**7 592 campings**  
en France (dont près de **6 000 indépendants**)  
soit **872 647 emplacements**  
**1<sup>er</sup> parc en Europe** avec  
33 % de l'ensemble du parc européen

### Répartition des campings selon le nombre d'étoiles



## Nombre de mobil-homes vendus et les perspectives 2022-2023



### LA FRANCE, TERRE INDUSTRIELLE

Nombre de sites de production de mobil-homes en France et les principaux constructeurs

**Rapidhome** (groupe Rapido) : 3 sites de production (53/47/59)

**Mobil-Homes Rideau** : 1 site de production (85)

**Bio Habitat** (groupe Bénéteau ; O'hara/IRM) : 6 sites de production (3 dans le 85, 11, 59, 30)

**Résidences Trigano** (groupe Trigano) : 3 sites de production (72/26/Slovénie)

**Sunshine Habitat** (Louisiane, chalet Fabre/CIAT) : 3 sites de production (09/12/22)

Environ  
**300 000**  
mobil-homes en France

Âge moyen : **16 ans**  
mais moins de  
**5 ans** dans les  
**4 et 5 étoiles**

Environ  
**210 000**  
emplacements  
résidentiels en France

Prix d'achat d'un mobil-home résidentiel : entre  
**32 000**  
et **50 000 €**

Les prix moyens  
d'une semaine de location  
en mobil-home (en juillet)

Camping 1 étoile : **490 €**  
Camping 3 étoiles : **690 €**  
Camping 5 étoiles : **1220 €**

d'un mobil-home est supérieure à 15 ans, les campings jouent la carte de la séduction auprès d'une clientèle de plus en plus exigeante et proposent des résidences mobiles au design innovant qu'il convient de renouveler rapidement. La montée en gamme de l'hôtellerie de plein air est d'ailleurs plébiscitée par la clientèle puisque les taux de remplissage des établissements les plus étoilés (et donc les plus chers) n'ont jamais été aussi élevés. Du côté des constructeurs, les carnets de commande sont pleins, parfois plus d'un an à l'avance, et les investissements consentis toujours plus importants pour répondre à la demande. Rapidhome, par exemple, vient d'inaugurer un troisième site de production, à Cambrai, dans le Nord afin de répondre aux commandes, tandis que Bio Habitat (O'Hara et IRM), division du groupe Bénéteau dispose d'une nouvelle usine en Vendée. Bio Habitat emploie 800 salariés pour un chiffre d'affaires (CA) de plus de 230 millions d'euros et prévoit d'atteindre 300 millions en 2025. De son côté, le CA

de Résidences Trigano est passé en un an de 73 à 108 millions d'euros (exercice 2022), grâce à des ventes de résidences mobiles en hausse de 48 %, confirmant ainsi la bonne santé du marché français mais aussi l'ouverture de perspectives à l'export.

### DE NOUVEAUX ACTEURS S'INTÉRESSENT À L'HPA

Impossible de parler du marché du mobil-home sans aborder l'arrivée dans ce secteur d'investisseurs aux puissants moyens financiers. Ils sont, aux côtés de gestionnaires indépendants actifs et entrepreneurs, les principaux acteurs de la montée en gamme mais également de l'expansion européenne du secteur. Le dernier en date a marqué les esprits par la hauteur de l'investissement : deux des principaux exploitants français de campings ont ainsi fusionné après le rachat par European Camping Group (ECG, marques Homair, Eurocamp) du groupe Vacanceselect (marques Tohapi, Canvas, Gain

pour une valeur d'un milliard d'euros. Le nouvel ensemble dans les mains d'ECG (lui-même possession du fonds d'investissement français PAI Partners) commercialisera plus de 45 000 mobil-homes. Il s'agit tout bonnement du plus gros acteur de l'HPA français, disposant de 100 campings en nom propre, de 54 000 emplacements et employant 4 000 employés, pour un CA annoncé voisin des 600 millions d'euros. Alain Calmé, président d'ECG, ne cache pas son intention de créer un leader européen de l'hôtellerie de plein air, déjà numéro 1 en France, avec environ 10 % de part de marché. Après les nombreux rachats de campings indépendants par des groupes, les grands investisseurs sont désormais dans la place car l'HPA est une activité encore pleine de promesses. Il est fort à parier que de nombreuses autres acquisitions sont à venir, principalement en France, premier marché européen. Dans ce contexte, les constructeurs de résidences mobiles ont encore devant eux de belles perspectives de développement. ■

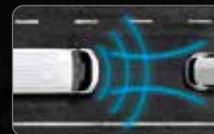
# DUCATO AVEC CONDUITE ASSISTÉE DE DERNIÈRE GÉNÉRATION LAISSEZ-VOUS GUIDER



LANE CENTERING\*



ADAPTIVE CRUISE CONTROL\*



TRAFFIC JAM ASSIST\*

Arrivez sereinement à destination avec plus de sécurité et de confort grâce au Maintien au centre de la voie (Lane Centering), au Régulateur de vitesse adaptatif (ACC) et à l'Assistant de conduite dans les embouteillages avec Stop & Go (Traffic Jam Assist)\*. Laissez Ducato, avec ses équipements de sécurité de dernière génération, vous offrir une conduite plus détendue, vous aider à réduire le risque d'accident et accroître la protection des passagers. Assurez-vous plus que jamais des vacances sans soucis en choisissant un camping-car sur base Fiat Professional Ducato.

Cette communication illustre les caractéristiques et les contenus spécifiques au modèle, qui peuvent être choisis par les constructeurs de camping-cars. Il faudra donc vérifier la disponibilité des caractéristiques du modèle que vous achèterez auprès de votre constructeur de camping-cars. L'agencement des modèles et leurs options peuvent varier en fonction d'exigences spécifiques relatives au marché ou aux dispositions légales.

**DUCATO. PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE.**

  [fiatcamper.com](https://www.fiatcamper.com)

\*Lane Centering : Maintien au centre de la voie, Adaptive Cruise Control ou ACC : Régulateur de vitesse adaptatif, Traffic Jam Assist : Assistant de conduite dans les embouteillages avec Stop & Go, l'arrêt et le redémarrage automatiques.

**FIAT**  
PROFESSIONAL